

Studie

# Essensgutscheine in Deutschland

Analyse der ökonomischen Effekte



---

# Essensgutscheine in Deutschland

---

Analyse der ökonomischen Effekte

**Von**

Gwendolyn Huschik  
Stefan Moog  
Nina Altmann

**Im Auftrag**

Edenred Deutschland GmbH

**Abschlussdatum**

Juni 2024

# Das Unternehmen im Überblick

## Prognos – wir geben Orientierung.

Die Prognos AG ist eines der ältesten Wirtschaftsforschungsunternehmen Europas. An der Universität Basel gegründet, forschen Prognos-Expertinnen und -Experten seit 1959 für verschiedenste Auftraggeber aus dem öffentlichen und privaten Sektor – politisch unabhängig, wissenschaftlich fundiert. Die bewährten Modelle der Prognos AG liefern die Basis für belastbare Prognosen und Szenarien. Mit über 200 Expertinnen und Experten ist das Unternehmen an zehn Standorten vertreten: Basel, Berlin, Bremen, Brüssel, Düsseldorf, Freiburg, Hamburg, München, Stuttgart und Wien. In Wien sitzt die Prognos Europe GmbH, unsere Tochtergesellschaft in Österreich. Die Projektteams arbeiten interdisziplinär, verbinden Theorie und Praxis, Wissenschaft, Wirtschaft und Politik.

**Geschäftsführer**  
Christian Böllhoff

**Präsident des Verwaltungsrates**  
Dr. Jan Giller

**Handelsregisternummer**  
Berlin HRB 87447 B

**Umsatzsteuer-Identifikationsnummer**  
DE 122787052

**Rechtsform**  
Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht; Sitz der Gesellschaft: Basel  
Handelsregisternummer  
CH-270.3.003.262-6

**Gründungsjahr**  
1959

**Arbeitssprachen**  
Deutsch, Englisch, Französisch

---

### Hauptsitz

**Prognos AG**  
St. Alban-Vorstadt 24  
4052 Basel | Schweiz  
Tel.: +41 61 3273-310  
Fax: +41 61 3273-300

**Prognos AG**  
Résidence Palace, Block C  
Rue de la Loi 155  
1040 Brüssel | Belgien  
Tel: +32 280 89-947

**Prognos AG**  
Hermannstraße 13  
(c/o WeWork)  
20095 Hamburg | Deutschland  
Tel.: +49 40 554 37 00-28

### Weitere Standorte

**Prognos AG**  
Goethestr. 85  
10623 Berlin | Deutschland  
Tel.: +49 30 5200 59-210  
Fax: +49 30 5200 59-201

**Prognos AG**  
Werdener Straße 4  
40227 Düsseldorf | Deutschland  
Tel.: +49 211 913 16-110  
Fax: +49 211 913 16-141

**Prognos AG**  
Nymphenburger Str. 14  
80335 München | Deutschland  
Tel.: +49 89 954 1586-710  
Fax: +49 89 954 1586-719

**Prognos AG**  
Domshof 21  
28195 Bremen | Deutschland  
Tel.: +49 421 845 16-410  
Fax: +49 421 845 16-428

**Prognos AG**  
Heinrich-von-Stephan-Str. 17  
79100 Freiburg | Deutschland  
Tel.: +49 761 766 1164-810  
Fax: +49 761 766 1164-820

**Prognos AG**  
Eberhardstr. 12  
70173 Stuttgart | Deutschland  
Tel.: +49 711 3209-610  
Fax: +49 711 3209-609

---

info@prognos.com | www.prognos.com | www.twitter.com/prognos\_ag

---

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Zusammenfassung</b>	<b>IV</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2 Mittagsgewohnheiten von Beschäftigten in Deutschland</b>	<b>3</b>
<b>3 Potenzial von Essensgutscheinen in Deutschland</b>	<b>12</b>
<b>4 Analyse der ökonomischen Effekte von Essensgutscheinen</b>	<b>20</b>
<b>5 Fazit</b>	<b>34</b>
<b>Anhang</b>	<b>VI</b>
<b>A Verzeichnisse</b>	<b>VII</b>
<b>B Datengrundlage der Studie</b>	<b>IX</b>
<b>C Rechtliche Regelungen von Essenszuschüssen</b>	<b>X</b>
<b>Impressum</b>	<b>XI</b>

---

## Zusammenfassung

---

### Mittagsgewohnheiten von Beschäftigten in Deutschland

**Stellenwert des Mittagessens an Arbeitstagen** | Die Beschäftigten messen dem Mittagessen an Arbeitstagen mehrheitlich eine große Bedeutung bei. Auch die Unternehmen legen zumeist großen Wert darauf, dass ihre Mitarbeitenden eine richtige Mittagspause machen.

**Häufigkeit des Mittagessens an Arbeitstagen** | Fast zwei Drittel (64 %) der Beschäftigten essen in einer typischen Arbeitswoche an (fast) jedem Arbeitstag zu Mittag. Ein Fünftel (21 %) tut dies dagegen an (fast) keinem Arbeitstag.

**Verpflegungsformen** | Über die Hälfte (59 %) der Beschäftigten in Deutschland verpflegt sich in den Mittagspausen an Arbeitstagen (fast) immer oder häufig mit mitgebrachtem Essen von zuhause. Supermärkte werden von drei von zehn (28 %) mindestens manchmal zu diesem Zweck besucht. Ein Fünftel (18 %) der Beschäftigten nutzt (fast) immer oder häufig eine Kantine oder eine Cafeteria. Bäckereien, Metzgereien und Imbisse werden von vier von zehn (38 %) Beschäftigten mindestens manchmal für die Mittagsverpflegung an Arbeitstagen genutzt.

**Verpflegungskosten** | Für ein Mittagessen im Restaurant geben die Beschäftigten durchschnittlich 14 Euro aus. Essen aus dem Supermarkt ist mit durchschnittlich 5 Euro deutlich günstiger. Im Zeitverlauf zeigen sich tendenziell steigende Ausgaben für das Mittagessen an Arbeitstagen.

**Unterstützungsangebote der Unternehmen** | Nur jedes dritte Unternehmen unterstützt die Mittagsverpflegung seiner Mitarbeitenden finanziell. Am weitesten verbreitet ist die Bezuschussung individueller Bestellungen bei Lieferdiensten. Essensgutscheine werden lediglich von etwa einem Prozent der Unternehmen angeboten.

### Potenzial von Essensgutscheinen in Deutschland

**Attraktivität von Essensgutscheinen** | Unternehmen und Beschäftigte in Deutschland finden Essensgutscheine vielfach (zu 31 % bzw. zu 77 %) attraktiv. Unter den Beschäftigten sind Essensgutscheine in etwa genauso beliebt wie Kantinen und deutlich beliebter als andere Unterstützungsangebote wie feste Caterer oder Essenslieferanten.

**Gründe für die Gewährung von Essensgutscheinen** | Unternehmen begründen ihr Interesse an Essensgutscheinen vor allem mit erwarteten Produktivitätssteigerungen (zu 73 %) und einer höheren Attraktivität für Fachkräfte (zu 71 %), aber auch mit dem Erhalt der Kaufkraft ihrer Mitarbeitenden (zu 62 %) und der Stärkung der sozialen Beziehungen in den Teams (zu 52 %).

**Nutzungsabsichten der Beschäftigten** | Die Nutzenerwartungen der Unternehmen decken sich tendenziell mit den Nutzungsabsichten der Beschäftigten. Diese würden mit den Essensgutscheinen großteils (zu 80 %) das Lebensmittelbudget des Haushalts entlasten, aber unter anderem auch häufiger mit Kolleginnen und Kollegen zu Mittag essen (zu 57 %) bzw. überhaupt eine Mittagspause einlegen (zu 55 %).

**Präferierte Gutscheinhöhe** | Bei vollständiger Steuerbefreiung des Gutscheinbetrags würden fast alle der an Essensgutscheinen interessierten Unternehmen einen Gutscheinbetrag wählen, der über dem derzeitigen Höchstbetrag für den steuerfreien Arbeitgeberzuschuss von 3,10 Euro liegt. Diesen hält auch die deutliche Mehrheit (62 %) der Beschäftigten für nicht ausreichend.

**Präferierte Zuschussart und -form** | Beschäftigte bevorzugen für den Erhalt des Essenszuschusses vom Arbeitgeber großteils (zu 86 %) Prepaid-Lösungen. Digitale Formen werden von den Beschäftigten häufiger präferiert als Papiergutscheine. Unternehmen bevorzugen Essensgutscheine in digitaler Form dagegen in etwa genauso häufig wie Essensgutscheine in Papierform.

### Analyse der ökonomischen Effekte von Essensgutscheinen

**Geltender Rechtsrahmen** | Die volkswirtschaftliche Analyse zeigt, dass für jeden Euro zusätzlicher Kaufkraft eine zusätzliche volkswirtschaftliche Wertschöpfung von 77 Cent und Mehreinnahmen für den Staat von 39 Cent generiert werden. Insgesamt ist die volkswirtschaftliche Bedeutung von Essensgutscheinen mit einer generierten Wertschöpfung von 256 Mio. Euro unter den derzeitigen rechtlichen Rahmenbedingungen aufgrund der geringen Nutzerzahlen gering.

**Erhöhung der Nutzerzahl** | Durch Maßnahmen zur Steigerung der Nutzerzahlen könnte der volkswirtschaftliche Effekt von Essensgutscheinen deutlich erhöht werden. Gelänge es, die Nutzungsquote auf das Niveau Frankreichs anzuheben, könnten durch den Einsatz von Essensgutscheinen 5 Mrd. Euro zusätzliche Wertschöpfung und 2 Mrd. Euro Mehreinnahmen für den Staat generiert werden.

**Weiterentwicklung des Rechtsrahmens** | Als Optionen zur Weiterentwicklung des Rechtsrahmens und zur Steigerung der Nutzungsquote werden eine Anhebung des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses auf die Höhe des Sachbezugswerts von 4,13 Euro und eine Flexibilisierung durch Schaffung der Möglichkeit für mehrere Gutschein-Einlösungen je Tag betrachtet. Mit ersterer Maßnahme könnte der inflationsbedingte Realwertverlust des Arbeitgeberzuschusses (teilweise) ausgeglichen werden. Mit der Möglichkeit zur Einlösung von zwei Gutscheinen pro Tag könnte dem Umstand Rechnung getragen werden, dass der Preis für einen durchschnittlichen Business-Lunch in deutschen Großstädten rund doppelt so hoch wie die gesetzliche Obergrenze von derzeit 7,23 Euro ist. Eine Einschätzung, die sich mit den Ergebnissen der Beschäftigtenbefragung zu den Kosten eines Mittagessens im Restaurant tendenziell deckt.

**Nicht quantifizierbare Effekte** | Essensgutscheinen können weitere, nicht quantifizierbare Wirkungen auf individueller, betrieblicher und staatlicher Ebene entfalten. Hierzu zählen die Verbesserung der Gesundheit der Beschäftigten sowie die Steigerung von deren Produktivität, die Reduzierung der privaten und öffentlichen Gesundheitsausgaben, die Entlastung der privaten Haushalte bei den Ausgaben für Lebensmittel und Mahlzeiten, die Erleichterung der Gewinnung und Bindung von Fachkräften sowie die Eindämmung der Schattenwirtschaft in der Gastronomie.

---

# 1 Einleitung

---

Fast zwei Drittel (64 %) der Beschäftigten in Deutschland essen an Arbeitstagen regelmäßig zu Mittag. Dennoch findet die Mittagsverpflegung deutscher Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der politischen und gesellschaftlichen Debatte bislang kaum Beachtung. Und das, obwohl die Lebensmittelpreise in den letzten Jahren massiv gestiegen sind. So lag der Verbraucherpreisindex für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke im September 2023 bei rund 130 Prozent seines Ausgangsniveaus im Jahr 2020.<sup>1</sup>

Arbeitgeber in Deutschland können das Mittagessen ihrer Mitarbeitenden finanziell unterstützen. Neben dem Zugang zu Kantinen – ein Instrument, das vor allem von größeren Unternehmen genutzt wird – ist die Gewährung von Essensgutscheinen ein weiteres staatlich gefördertes Instrument, das auch für kleine und mittelständische Arbeitgeber praktikabel ist.

Die meisten deutschen Arbeitgeber sind bereit, die Verpflegungskosten ihrer Mitarbeitenden freiwillig zu bezuschussen und einen steuerfreien Betrag von 5 Euro oder mehr je Arbeitstag zu leisten. Allerdings sind seit 2001 maximal 3,10 Euro erlaubt. Dieser Betrag wurde seither zu keinem Zeitpunkt an die steigenden Lebensmittelkosten angepasst. Gemessen an der Entwicklung des Verbraucherpreisindex entspricht dies einem Realwertverlust von 1 Euro bzw. 33 Prozent.

Das relativ komplexe Steuervergünstigungssystem (Anhang C, Abbildung 19), verbunden mit der für Arbeitgeber und Arbeitnehmer unattraktiven Regelung, führt jedoch zu einer relativ geringen Zahl an Nutzerinnen und Nutzern von Essensgutscheinen in Deutschland. Im Vergleich mit vielen anderen europäischen Ländern mit einfacheren rechtlichen Rahmenbedingungen (z. B. Frankreich) bildet Deutschland mit das Schlusslicht in Europa (Anhang C, Tabelle 3).

In der aktuellen Forschungs- und Studienlandschaft gibt es keine umfassenden Untersuchungen, die sich systematisch mit der Bedeutung von Essensgutscheinen für die Mittagsverpflegung von Beschäftigten in Deutschland sowie für die deutsche Volkswirtschaft befassen. Vor diesem Hintergrund untersucht die vorliegende Studie die Mittagsgewohnheiten von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern sowie die gesamtwirtschaftlichen Effekte von Essensgutscheinen bei alternativen Ausgestaltungen der rechtlichen Rahmenbedingungen und höheren Nutzungsquoten.

Eine wesentliche Datengrundlage der Studie bilden zwei repräsentative Befragungen von 1.200 Beschäftigten und 900 Unternehmen, die im Frühjahr 2023 von Forsa durchgeführt wurden. Die Beschäftigtenbefragung wurde im Februar 2024 mit einem gekürzten und angepassten Fragenprogramm wiederholt. Nähere Informationen zum methodischen Vorgehen, der Gewichtung der Befragungsergebnisse sowie zu den statistischen Auswertungsverfahren finden sich im Anhang B.

<sup>1</sup> Statistisches Bundesamt (2023), Verbraucherpreisindex für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke, kalender- und saisonbereinigt nach dem Berliner Verfahren, Version 4.1, online verfügbar unter: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Konjunkturindikatoren/Preise/kpre520.html#250160> (abgerufen am 20.10.2023).

Der vorliegende Bericht gliedert sich wie folgt:

- Kapitel 2 beleuchtet die Mittagsgewohnheiten von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in Deutschland auf Basis der im Frühjahr 2023 von Forsa durchgeführten Beschäftigten-Befragung. Im Fokus stehen die Fragen, wie sich die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in ihren Mittagspausen verpflegen und wie sie dabei von ihren Arbeitgebern unterstützt werden. Die Ergebnisse der Wiederholungsbefragung der Beschäftigten im Jahr 2024 werden am Ende des Kapitels zusammenfassend dargestellt.
- In Kapitel 3 wird das Potenzial von Essensgutscheinen in Deutschland auf Basis der im Frühjahr 2023 von Forsa durchgeführten Beschäftigten- und Unternehmensbefragungen aufgezeigt. Im Fokus stehen die Fragen, wie groß das Interesse an Essensgutscheinen bei Beschäftigten und Unternehmen ist, und welche Gutscheinhöhe und -form gewünscht werden. Die Ergebnisse der Wiederholungsbefragung der Beschäftigten im Jahr 2024 werden ebenfalls am Ende des Kapitels zusammenfassend dargestellt.
- In Kapitel 4 werden die gesamtwirtschaftlichen Effekte von Essensgutscheinen in Deutschland quantifiziert. Neben den Effekten im Status quo werden unter anderem die Effekte bei einer Erhöhung des maximalen Gutschein-Nennwerts von derzeit 7,23 Euro (Stand 2024) auf 8,26 Euro sowie bei höheren Nutzungsquoten berechnet. Des Weiteren werden weitere, nicht quantifizierbare Effekte von Essensgutscheinen auf Basis einer Literaturanalyse aufgezeigt.
- Kapitel 5 führt die Ergebnisse der Studie zusammen und leitet daraus Verbesserungspotenziale für die Ausgestaltung des Rechtsrahmens und den Abbau von Nutzungshemmnissen ab.



---

## 2 Mittagsgewohnheiten von Beschäftigten in Deutschland

---

### 2.1 Stellenwert des Mittagessens an Arbeitstagen

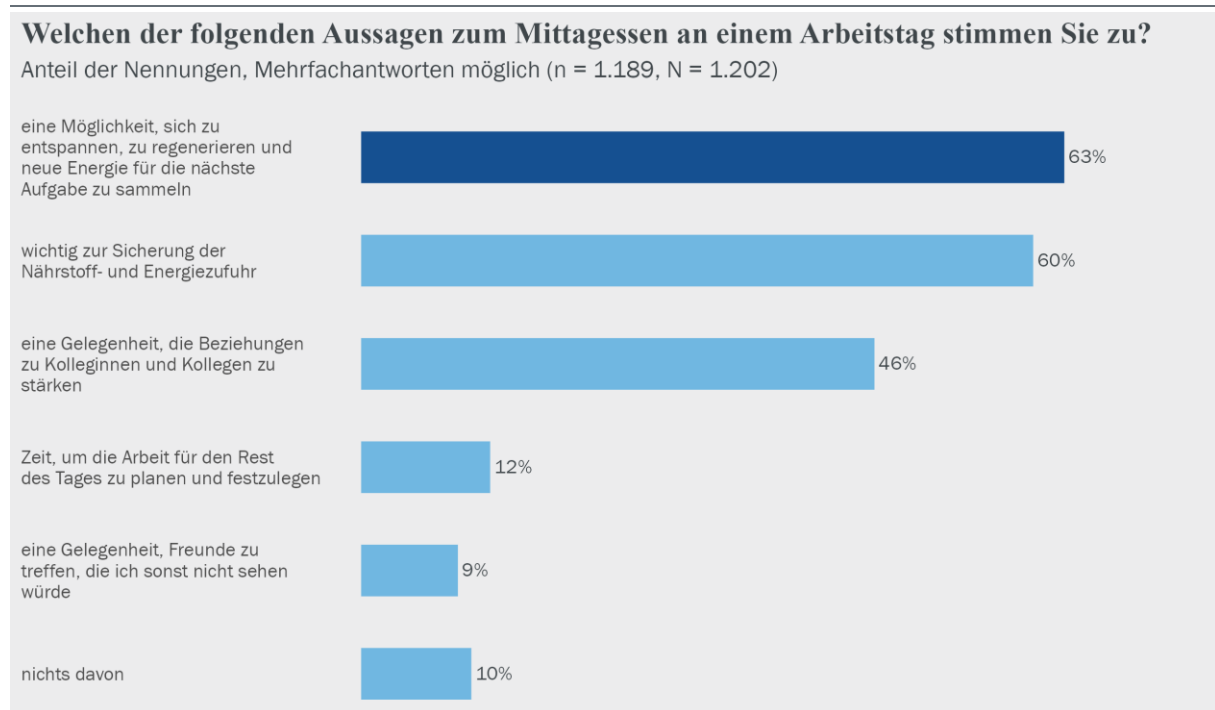
Das Mittagessen an Arbeitstagen hat für den Großteil der Beschäftigten in Deutschland einen hohen Stellenwert.

Die Beschäftigten in Deutschland messen dem Mittagessen an Arbeitstagen mehrheitlich eine große Bedeutung bei: für fast **zwei Drittel (65 %)** ist das **Mittagessen an Arbeitstagen „wichtig“, „sehr wichtig“ oder „äußerst wichtig“** (ohne Abbildung).

Jeweils sechs von zehn Beschäftigten sehen im Mittagessen an Arbeitstagen eine Möglichkeit, **sich zu entspannen, zu regenerieren und neue Energie für die nächste Aufgabe zu sammeln (63 %)** bzw. die Nährstoff- und Energiezufuhr sicherzustellen (60 %). Auch soziale Bedürfnisse spielen beim Mittagessen an Arbeitstagen eine wichtige Rolle: **knapp die Hälfte (46 %) der Beschäftigten sieht in ihm eine Gelegenheit, die Beziehungen zu Kolleginnen und Kollegen zu stärken**. Deutlich seltener wird diese Zeit als Möglichkeit für die weitere Arbeitsplanung (12 %) oder das Treffen von Freunden angesehen (9 %) (Abbildung 1).

---

**Abbildung 1: Nutzen des Mittagessens an Arbeitstagen aus Beschäftigtensicht**

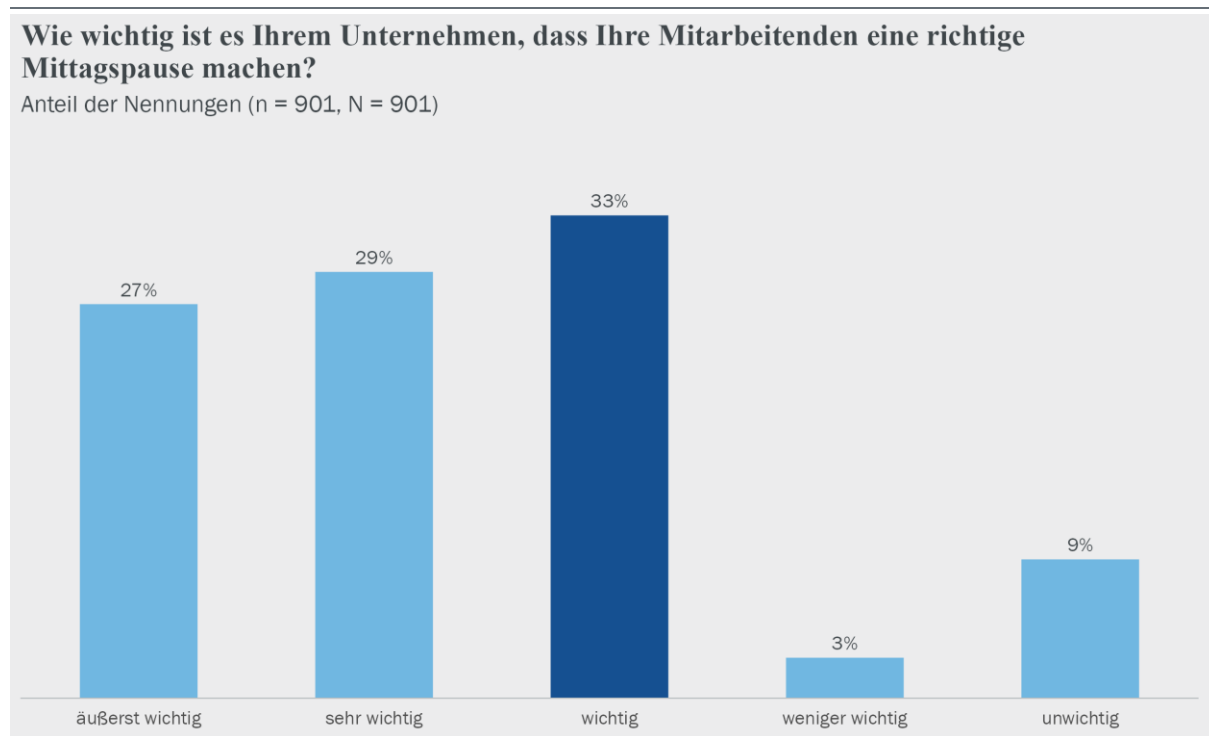


keine Angabe: 13, nicht zutreffend: 0

Auch Unternehmen legen großen Wert darauf, dass ihre Mitarbeitenden eine richtige Mittagspause machen.

Neun von zehn (88 %) Unternehmen ist eine richtige Mittagspause ihrer Mitarbeitenden eigenen Angaben zufolge „wichtig“, „sehr wichtig“ oder „äußerst wichtig“. Lediglich eines von zehn (12 %) Unternehmen hält diese für „weniger wichtig“ oder „unwichtig“ (Abbildung 2).

Abbildung 2: Stellenwert der Mittagspause an Arbeitstagen aus Unternehmenssicht



keine Angabe: 0, nicht zutreffend: 0

Quelle: Forsa-Unternehmensbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

© Prognos 2024

## 2.2 Häufigkeit des Mittagessens an Arbeitstagen

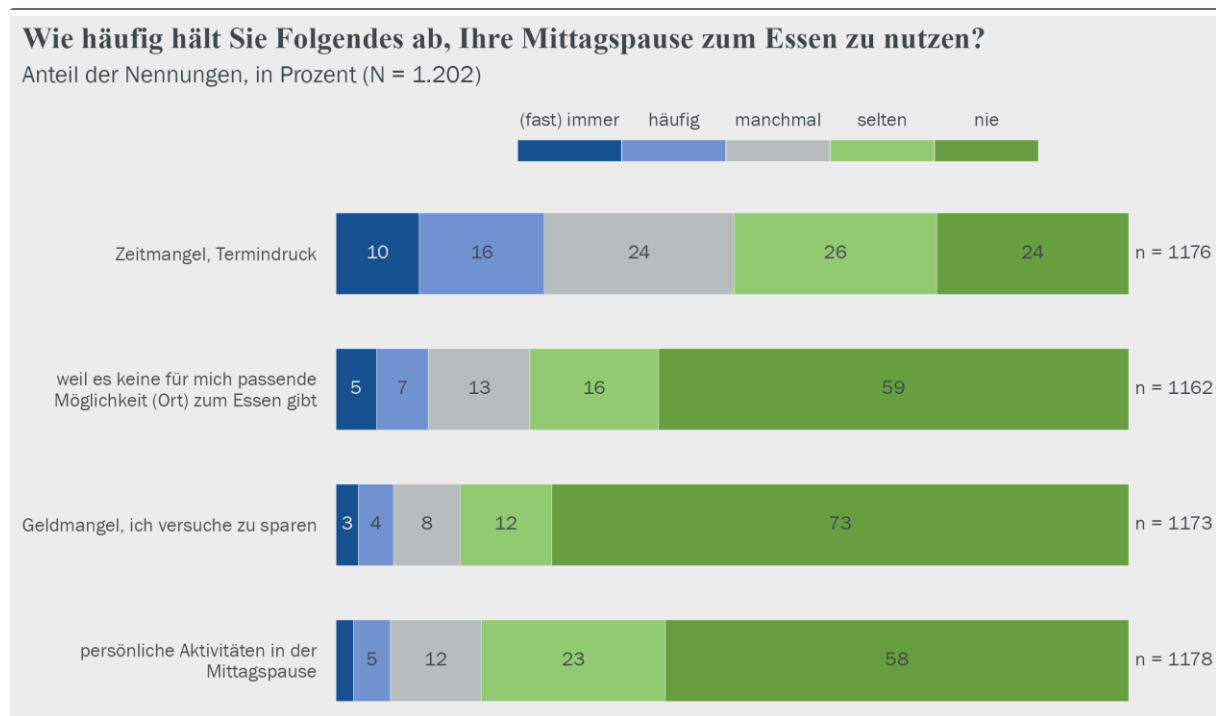
Fast zwei Drittel der Beschäftigten in Deutschland essen an Arbeitstagen regelmäßig zu Mittag.

Fast zwei Drittel (64 %) der Beschäftigten in Deutschland essen in einer typischen Arbeitswoche eigenen Angaben zufolge an (fast) jedem Arbeitstag zu Mittag. Etwas weniger als ein Fünftel (15 %) tut dies an manchen Arbeitstagen. Nur etwa ein Fünftel (21 %) isst an (fast) keinem Arbeitstag zu Mittag (ohne Abbildung).

Ein Viertel der Beschäftigten kann die Mittagspause an Arbeitstagen aufgrund von fehlenden Verpflegungsmöglichkeiten (vor Ort) zumindest manchmal nicht zum Essen nutzen.

In der Befragung wurden die Beschäftigten auch danach gefragt, wie häufig sie ihre Mittagspause aufgrund von fehlenden Verpflegungsmöglichkeiten, Geld- oder Zeitmangel nicht zum Essen nutzen können. **Fehlende Verpflegungsmöglichkeiten (vor Ort) stellen für ein Viertel (25 %) der Beschäftigten manchmal, häufig oder (fast) immer einen Hinderungsgrund dar.** Etwas weniger als ein Fünftel (15 %) verzichtet eigenen Angaben zufolge aus monetären Gründen zumindest manchmal auf das Essen in der Mittagspause. Zeitmangel hält die Hälfte (50 %) der Beschäftigten zumindest manchmal vom Mittagessen an Arbeitstagen ab (Abbildung 3).

**Abbildung 3: Hürden beim Mittagessen an Arbeitstagen aus Beschäftigtensicht**



Quelle: Forsa-Beschäftigtenbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

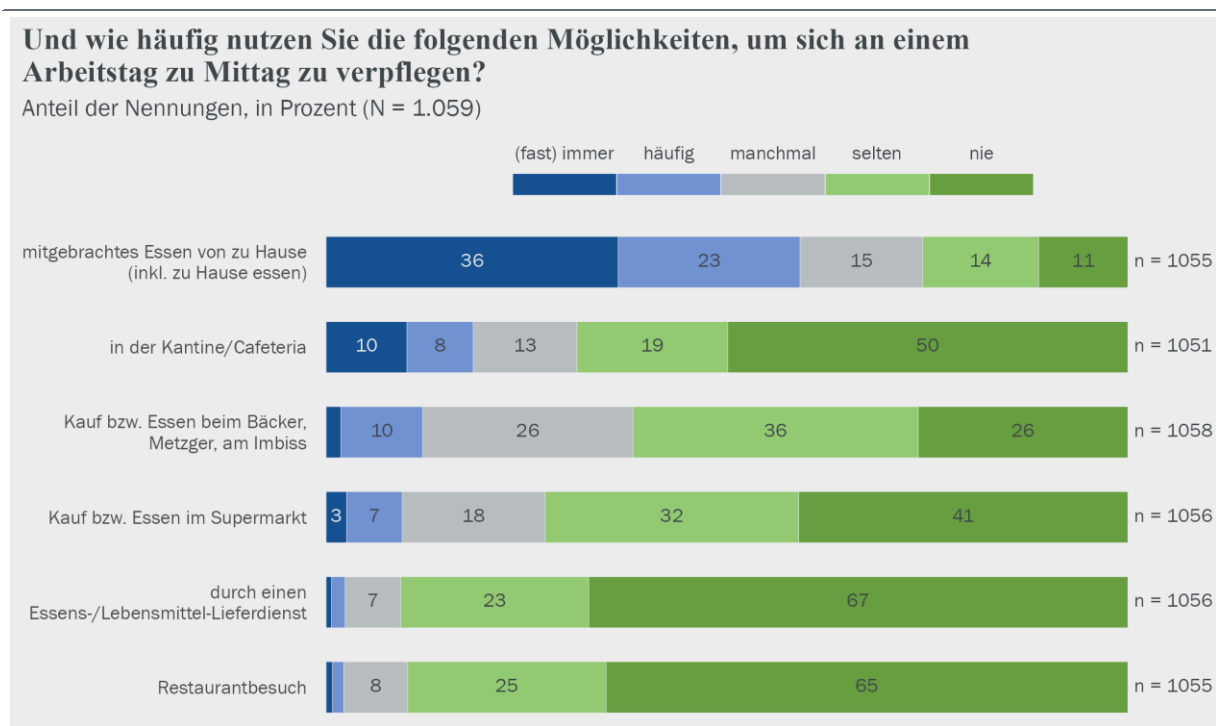
© Prognos 2024

## 2.3 Formen der Mittagsverpflegung an Arbeitstagen

Die Mehrheit der Beschäftigten in Deutschland verpflegt sich in den Mittagspausen an Arbeitstagen mit mitgebrachtem Essen von zuhause oder mit direkt im Supermarkt erworbenem Essen.

Über die Hälfte (59 %) der Beschäftigten in Deutschland verpflegt sich in den Mittagspausen an Arbeitstagen (fast) immer oder häufig mit mitgebrachtem Essen von zuhause. Supermärkte werden von einem Zehntel (10 %) (fast) immer oder häufig und von einem Fünftel (18 %) manchmal besucht, um sich mit einem Mittagessen zu versorgen. Ein Fünftel (18 %) nutzt (fast) immer oder häufig, ein Zehntel (13 %) manchmal eine Kantine oder Cafeteria. Bäckereien, Metzgereien und Imbisse werden von einem Zehntel (12 %) der Beschäftigten (fast) immer oder häufig und von einem Viertel (26 %) manchmal für die Mittagsverpflegung an Arbeitstagen genutzt. Lieferdienste und Restaurants werden dagegen von den meisten Beschäftigten (jeweils 90 %) selten oder nie zur Mittagsverpflegung an Arbeitstagen in Anspruch genommen (Abbildung 4).

Abbildung 4: Mittagsverpflegung an Arbeitstagen aus Beschäftigtensicht



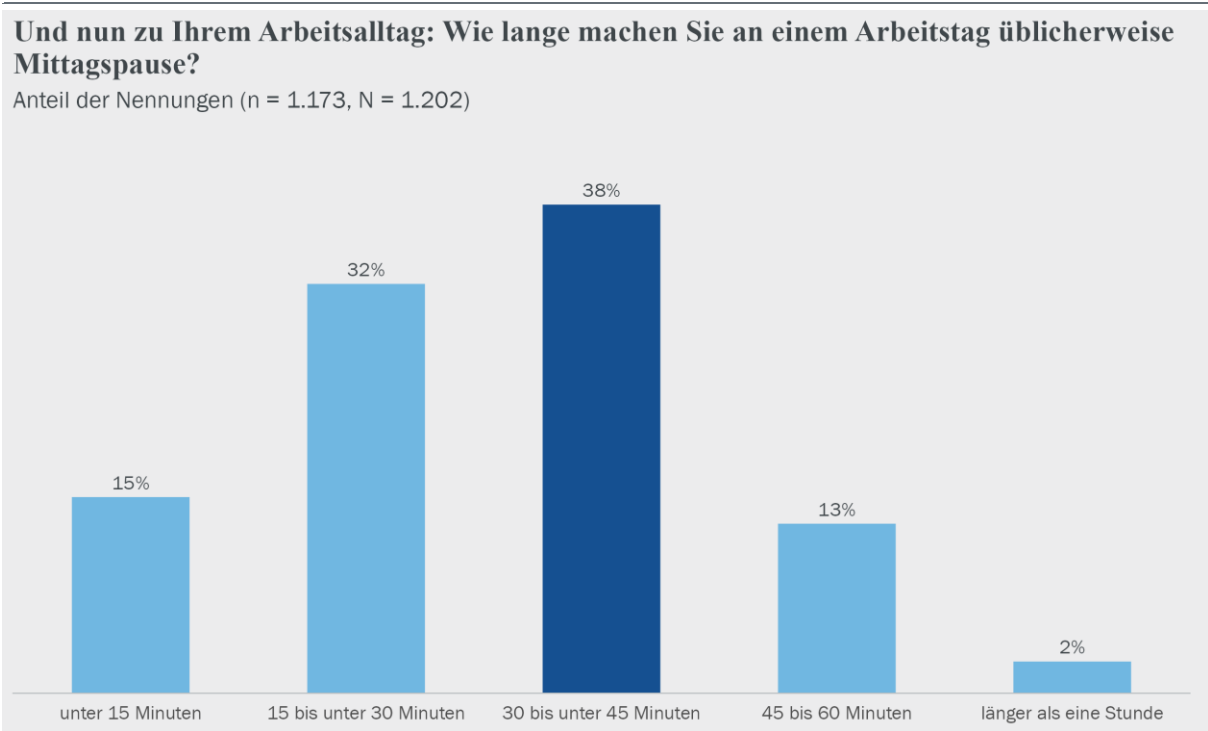
Quelle: Forsa-Beschäftigtenbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

© Prognos 2024

Die Mittagspausen der Beschäftigten in Deutschland dauern unterschiedlich lange. Rund ein Fünftel pausiert zumeist 45 Minuten oder mehr.

Vier von zehn (38 %) Beschäftigten machen an Arbeitstagen üblicherweise eine Mittagspause von einer halben bis Dreiviertelstunde. Bei drei von zehn (32 %) Beschäftigten dauert die Mittagspause im Durchschnitt eine Viertel- bis halbe Stunde. Jeweils **knapp zwei von zehn (15 %) Beschäftigten pausieren mittags** weniger als 15 Minuten bzw. **45 Minuten und mehr** (Abbildung 5).

Abbildung 5: Dauer der Mittagspause an Arbeitstagen aus Beschäftigtensicht



keine Angabe: 29, nicht zutreffend: 0

Quelle: Forsa-Beschäftigtenbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

© Prognos 2024

## 2.4 Kosten der Mittagsverpflegung an Arbeitstagen

Für ein Mittagessen im Restaurant geben die Beschäftigten durchschnittlich 14 Euro aus, für den Einkauf im Supermarkt sind es im Mittel 5 Euro.

In der Befragung wurden die Beschäftigten auch gefragt, wie viel Geld sie durchschnittlich für ein Mittagessen an Arbeitstagen ausgeben. Für den Einkauf im Supermarkt geben sie im Mittel 5 Euro aus. **Knapp ein Drittel (30 %) kostet der Einkauf im Supermarkt mehr als 6 Euro.** Die Kosten für einen Restaurantbesuch liegen bei durchschnittlich 14 Euro. **Die Hälfte (53 %) der Beschäftigten gibt für das Mittagessen im Restaurant mindestens 14 Euro aus** (ohne Abbildung).

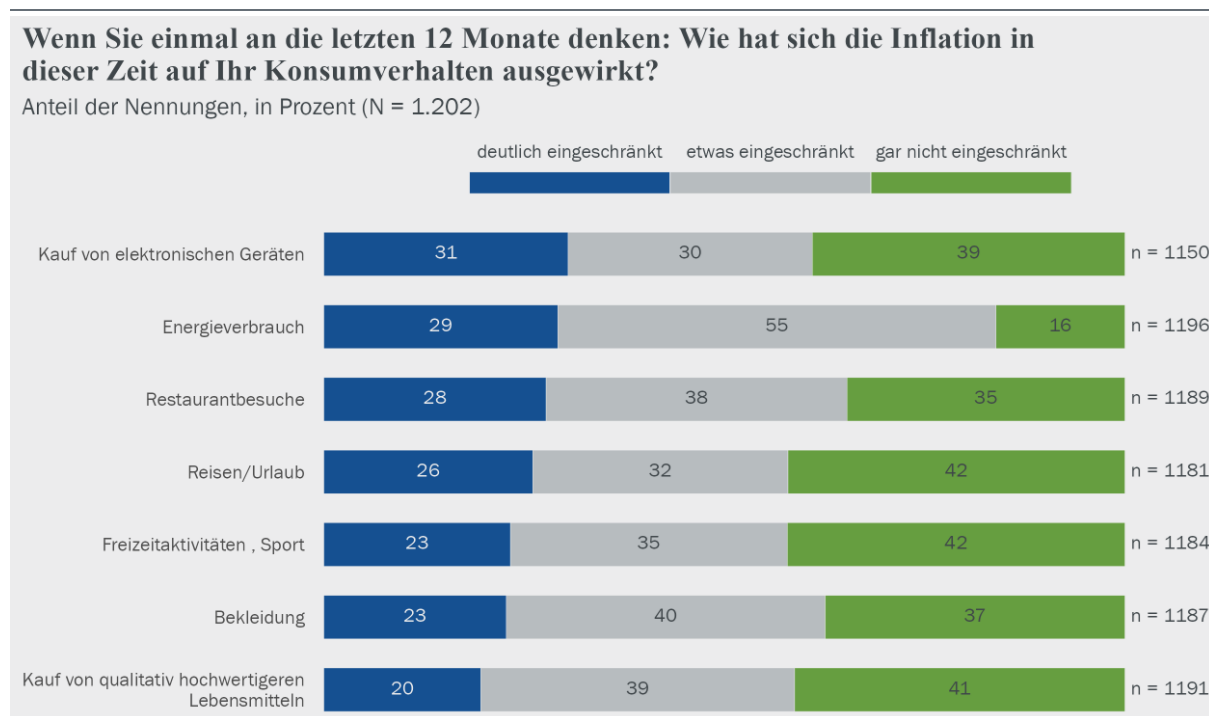
Für die Hälfte der Beschäftigten ist der Preis bei der Entscheidung, ob, was und wo sie an Arbeitstagen zu Mittag essen, von Bedeutung.

Die Rolle des Preises bei der Entscheidung, ob, was und wo an einem Arbeitstag zu Mittag gegessen wird, wird von den Beschäftigten grundsätzlich unterschiedlich bewertet. **Etwa die Hälfte (52 %) hält den Preis für „weniger wichtig“ oder „unwichtig“, die andere Hälfte (48 %) für „wichtig“, „sehr wichtig“ oder „äußerst wichtig“** (ohne Abbildung). Die vergleichsweise hohen Kosten des Restaurantbesuchs dürften ein wesentlicher Erklärungsfaktor für den geringen Anteil der Beschäftigten sein, die an Arbeitstagen (auch) in Restaurants zu Mittag essen.

In Reaktion auf die Preissteigerungen in den zwölf Monaten vor der Befragung haben sieben von zehn Beschäftigten Restaurantbesuche reduziert. Sechs von zehn haben den Konsum höherwertiger Lebensmittel eingeschränkt.

Die Bedeutung des Preises für Entscheidungen über den Lebensmittelkonsum zeigt sich auch in den Reaktionen der Beschäftigten auf die Inflation. **In Reaktion auf Preissteigerungen** in den zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt **haben** acht von zehn (84%) Beschäftigten ihren Energieverbrauch, **sieben von zehn (66%) ihre Restaurantbesuche** und jeweils sechs von zehn **den Kauf von** Kleidung (63%), elektronischen Geräten (61%) und **höherwertigen Lebensmitteln (59%)** sowie Freizeitaktivitäten (58%) und Reisen (58%) **eingeschränkt**. Bemerkenswert ist, dass sich die Beschäftigten in allen hier erfassten Konsumbereichen mehrheitlich (jeweils zu mindestens 59 %) etwas oder sogar deutlich eingeschränkt haben (Abbildung 6).

**Abbildung 6: Auswirkungen der Inflation auf das Konsumverhalten aus Beschäftigtensicht**



Quelle: Forsa-Beschäftigtenbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

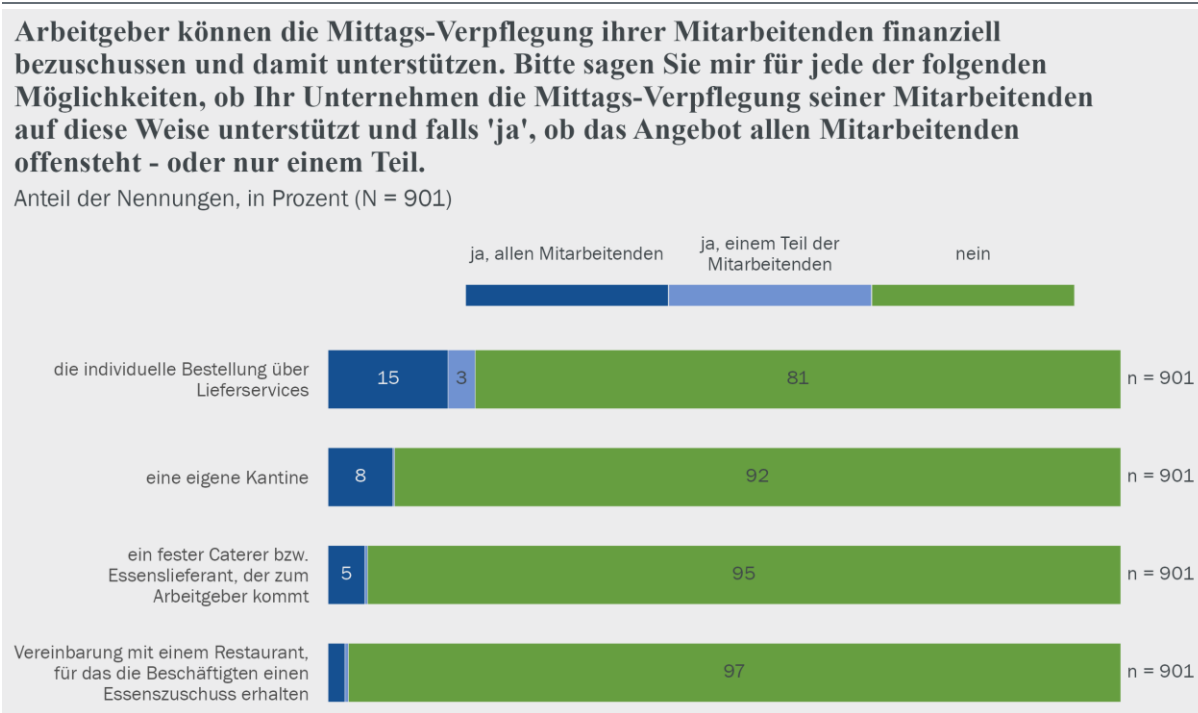
© Prognos 2024

## 2.5 Unterstützungsangebote für die Mittagsverpflegung

Nur jedes dritte Unternehmen unterstützt die Mittagsverpflegung seiner Mitarbeitenden finanziell. Am weitesten verbreitet ist die Bezuschussung individueller Bestellungen bei Lieferdiensten. Essensgutscheine werden nur vereinzelt angeboten.

Trotz der hohen Bedeutung, die viele Unternehmen der Mittagsverpflegung ihrer Mitarbeitenden beimessen, wird diese nur von jedem dritten Unternehmen finanziell unterstützt. **Am häufigsten (zu 19 %) unterstützen die Unternehmen die Mittagsverpflegung ihrer Mitarbeitenden durch die Bezuschussung individueller Bestellungen bei Lieferdiensten. (Weit) weniger stark verbreitet sind eigene Kantinen (8 %), feste Caterer (5 %) und Vereinbarungen mit Restaurants (3 %).**<sup>2</sup> Werden solche Unterstützungsangebote für die Mittagsverpflegung gewährt, dann meist für alle Mitarbeitenden (Abbildung 7). Eine weitere Möglichkeit, die Mittagsverpflegung der Mitarbeitenden zu bezuschussen, stellen Essensgutscheine dar. **Essensgutscheine werden in Deutschland derzeit nur vereinzelt angeboten** (ohne Abbildung).

Abbildung 7: Unterstützungsangebote für die Mittagsverpflegung aus Unternehmenssicht



Quelle: Forsa-Unternehmensbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

© Prognos 2024

<sup>2</sup> Größere Unternehmen haben tendenziell (deutlich) häufiger eigene Kantinen, feste Caterer und Vereinbarungen mit Restaurants als kleinere. Die Bezuschussung individueller Bestellungen über Lieferdienste ist dagegen in Unternehmen mit bis zu 49 Mitarbeitenden etwas häufiger anzutreffen als in größeren Unternehmen (ohne Abbildung).

## 2.6 Kernergebnisse auf einen Blick

### Mittagsgewohnheiten von Beschäftigten in Deutschland – Zusammenfassung

#### Welchen Stellenwert hat das Mittagessen an Arbeitstagen für Beschäftigte bzw. Unternehmen?

Die Beschäftigten in Deutschland messen dem Mittagessen an Arbeitstagen mehrheitlich eine **große Bedeutung bei**: für fast zwei Drittel (65 %) ist es „wichtig“, „sehr wichtig“ oder „äußerst wichtig“. Auch die **Unternehmen legen zumeist großen Wert darauf, dass ihre Mitarbeitenden eine richtige Mittagspause machen**.

#### Wie häufig essen Beschäftigte an Arbeitstagen tatsächlich zu Mittag? Was hält sie davon ab?

**Fast zwei Drittel (64 %) der Beschäftigten essen in einer typischen Arbeitswoche an (fast) jedem Arbeitstag zu Mittag**. Ein Fünftel (21 %) tut dies dagegen an (fast) keinem Arbeitstag. **Ein Viertel (25 %) der Beschäftigten kann die Mittagspause an Arbeitstagen aufgrund von fehlenden Verpflegungsmöglichkeiten (vor Ort) zumindest manchmal nicht zum Essen nutzen**. Auch Zeit- und Geldmangel halten einen Teil der Beschäftigten mindestens manchmal vom Mittagessen an Arbeitstagen ab.

#### Wie verpflegen sich Beschäftigte in der Mittagspause?

**Über die Hälfte (59 %) der Beschäftigten in Deutschland verpflegt sich in den Mittagspausen an Arbeitstagen (fast) immer oder häufig mit mitgebrachtem Essen von zuhause**. **Supermärkte werden von drei von zehn (28 %) mindestens manchmal für die Mittagsverpflegung genutzt**. Ein Fünftel (18 %) der Beschäftigten nutzt (fast) immer oder häufig eine Kantine oder eine Cafeteria. Bäckereien, Metzgereien und Imbisse werden von vier von zehn (38 %) Beschäftigten zumindest manchmal für die Mittagsverpflegung an Arbeitstagen genutzt. Lieferdienste und Restaurants werden dagegen großteils (jeweils zu 90 %) selten oder nie zur Mittagsverpflegung an Arbeitstagen genutzt.

#### Wie wirken sich die Preise auf die Mittagsgewohnheiten der Beschäftigten aus? Welche Rolle spielt die Inflation?

**Für ein Mittagessen im Restaurant geben die Beschäftigten durchschnittlich 14 Euro aus. Essen aus dem Supermarkt kostet sie im Mittel 5 Euro**. Für die Hälfte (48 %) der Beschäftigten ist der Preis bei der Entscheidung, ob, was und wo sie in ihren Mittagspausen essen, von Bedeutung. In Reaktion auf die Preissteigerungen in den zwölf Monaten vor der Befragung haben **sieben von zehn Beschäftigten Restaurantbesuche reduziert, sechs von zehn haben den Konsum höherwertiger Lebensmittel eingeschränkt**.

#### Wie unterstützen Unternehmen die Mittagsverpflegung ihrer Beschäftigten? Wie viele bieten Essensgutscheine an?

**Nur jedes dritte Unternehmen unterstützt die Mittagsverpflegung seiner Mitarbeitenden finanziell**. Am weitesten verbreitet ist die Zuschussung individueller Bestellungen bei Lieferdiensten. **Essensgutscheine werden lediglich vereinzelt angeboten**.



## Exkurs: Ergebnisse der Beschäftigtenbefragung in 2024 zum Thema Mittagsgewohnheiten

### Ergebnisse im Zeitvergleich

Die Ergebnisse der Wiederholungsbefragung der Beschäftigten im Februar 2024 zum Thema Mittagsgewohnheiten weichen überwiegend **nicht signifikant** von den entsprechenden Vorjahresergebnissen ab. Dies gilt für die Angaben zum Stellenwert, zur Häufigkeit und zu den Formen des Mittagessens an Arbeitstagen. Es gibt jedoch Unterschiede in Bezug auf die **Bedeutung des Preises**, die im Zeitverlauf tendenziell **gestiegen** ist (Anstieg des Beschäftigtenanteils, für den der Preis eine wichtige, sehr wichtige oder äußerst wichtige Rolle spielt, um 8 Prozentpunkte). Auch die **Ausgaben für ein Mittagessen** sind den Befragungsergebnissen zufolge im Zeitverlauf tendenziell **gestiegen**.

### Blitzlicht „Mittagessen im Home-Office“

Knapp die Hälfte der befragten Beschäftigten arbeitete im Februar 2024 zumindest zeitweise *remote* bzw. im **Home-Office** (Jüngere eher als Ältere). Von diesen gaben knapp zwei Drittel (65 %) an, sich im Home-Office mittags **häufiger selbst Essen zuzubereiten**. Gesundheitsförderlich ist dies jedoch nicht zwangsläufig. So gaben 37 Prozent an, **zu Hause öfter vor dem Bildschirm** zu essen, 24 Prozent nehmen sich eigenen Angaben zufolge zu Hause **weniger Zeit zum Essen**. Gesünderes Essen als im Büro steht bei lediglich 21 Prozent der Befragten eigenen Angaben nach auf dem Tisch.

## 3 Potenzial von Essensgutscheinen in Deutschland

### 3.1 Interesse an Essensgutscheinen

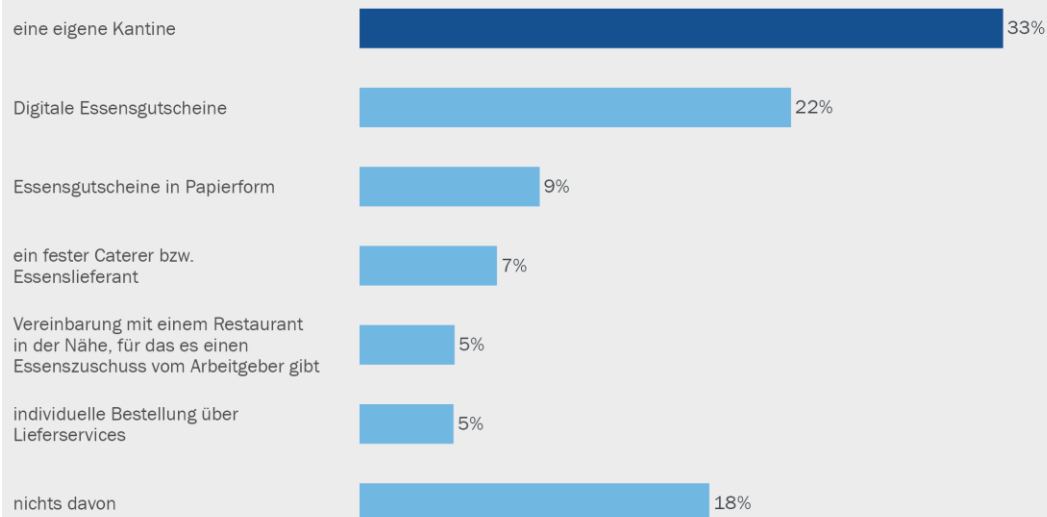
Unternehmen und Beschäftigte in Deutschland finden Essensgutscheine vielfach attraktiv.

In der Befragung äußerten drei von zehn (31 %) Unternehmen ein grundsätzliches Interesse an der Gewährung von Essensgutscheinen (ohne Abbildung). Ebenfalls drei von zehn (31 %) Beschäftigten bevorzugen eigenen Angaben zufolge Essensgutscheine als arbeitgeberseitiges Unterstützungsangebot für die Mittagsverpflegung. Essensgutscheine werden damit in etwa genauso häufig von den Beschäftigten präferiert wie Kantinen (33 %) und deutlich häufiger als feste Caterer (7 %), Vereinbarungen mit Restaurants (5 %) oder individuelle Bestellungen über Lieferdienste (5 %) (Abbildung 8).<sup>3</sup>

Abbildung 8: Präferierte Unterstützungsangebote für die Mittagsverpflegung aus Beschäftigtensicht

Es gibt vielfältige Möglichkeiten, wie Arbeitgeber das Mittagessen ihrer Beschäftigten finanziell unterstützen können. Welche der folgenden Möglichkeiten würden Sie am liebsten in Anspruch nehmen?

Anteil der Nennungen (n = 1.164, N = 1.202)



keine Angabe: 38, nicht zutreffend: 0

Quelle: Forsa-Beschäftigtenbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

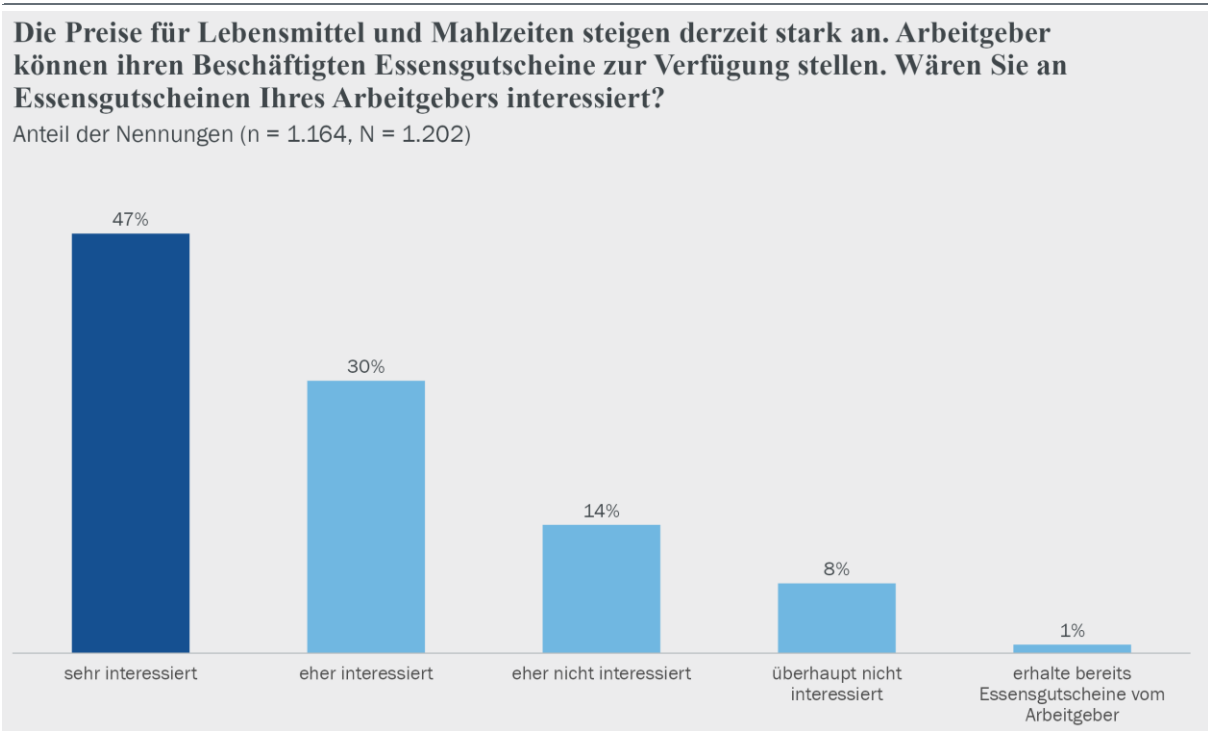
© Prognos 2024

<sup>3</sup> Feste Caterer, Vereinbarungen mit Restaurants und individuelle Bestellungen über Lieferdienste werden als arbeitgeberseitige Unterstützungsangebote der Mittagsverpflegung nicht nur am seltensten präferiert, sondern auch am seltensten tatsächlich genutzt (Kapitel 2).

Acht von zehn Beschäftigten in Deutschland sind an Essensgutscheinen interessiert.

**Insgesamt bekunden acht von zehn (77 %) Beschäftigten ein Interesse an Essensgutscheinen ihres Arbeitgebers.** Die Hälfte (47 %) der Beschäftigten wäre an Essensgutscheinen des Arbeitgebers „sehr interessiert“. Drei von zehn (30 %) wären daran „eher interessiert“. Lediglich zwei von zehn (22 %) wären an Essensgutscheinen des Arbeitgebers „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ interessiert (Abbildung 9).

Abbildung 9: Interesse an Essensgutscheinen aus Beschäftigtensicht



keine Angabe: 38, nicht zutreffend: 0

Quelle: Forsa-Beschäftigtenbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

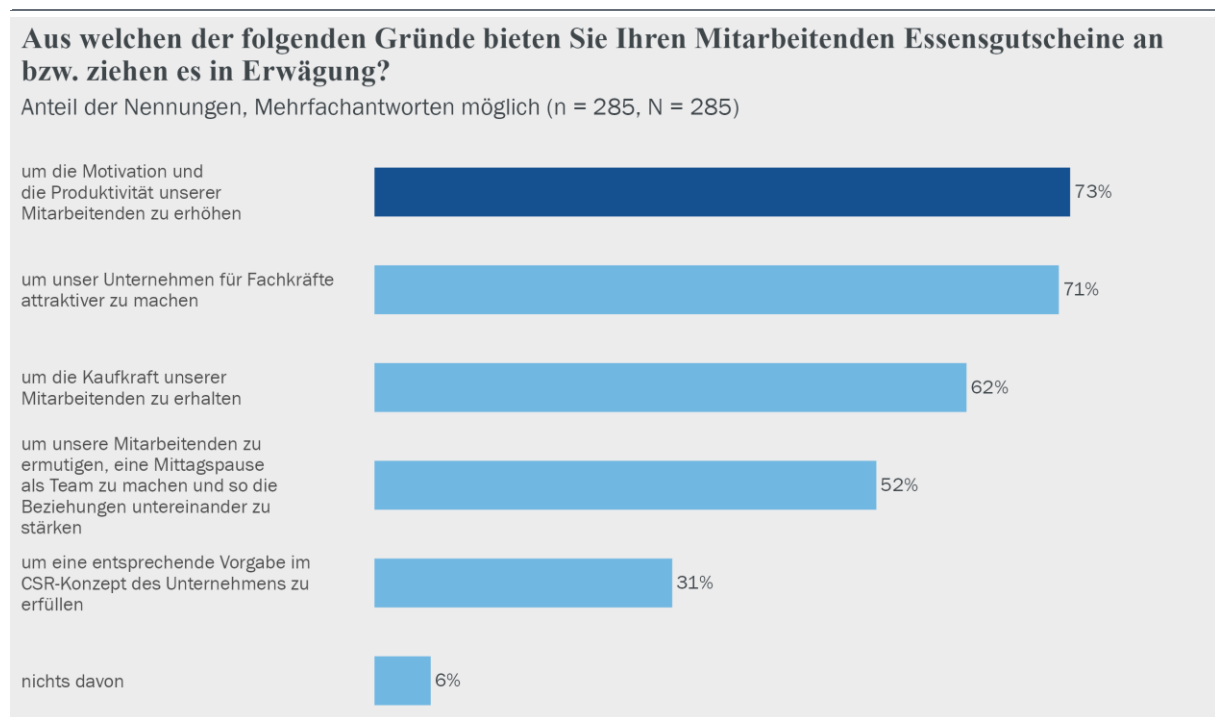
© Prognos 2024

### 3.2 Nutzen von Essensgutscheinen

Unternehmen, die Essensgutscheine anbieten oder daran Interesse haben, begründen dies am häufigsten mit erwarteten Produktivitäts- und Attraktivitätssteigerungen.

Unternehmen, die Essensgutscheine anbieten oder daran Interesse haben (dies sind 32 % aller Unternehmen), begründen dies am häufigsten mit erwarteten **Steigerungen der Produktivität (73 %)** sowie der **Attraktivität des Unternehmens für Fachkräfte (71 %)**. Jeweils über die Hälfte der Unternehmen nennt in diesem Zusammenhang (auch) den **Erhalt der Kaufkraft der Mitarbeitenden (62 %)** und die **Stärkung der sozialen Beziehungen in den Teams (52 %)**. Die Erfüllung von Vorgaben im CSR-Konzept des Unternehmens spielt im Vergleich dazu eine untergeordnete Rolle (31 %) (Abbildung 10).

Abbildung 10: Gründe für das Interesse an Essensgutscheinen aus Unternehmenssicht



keine Angabe: 0, nicht zutreffend: 616

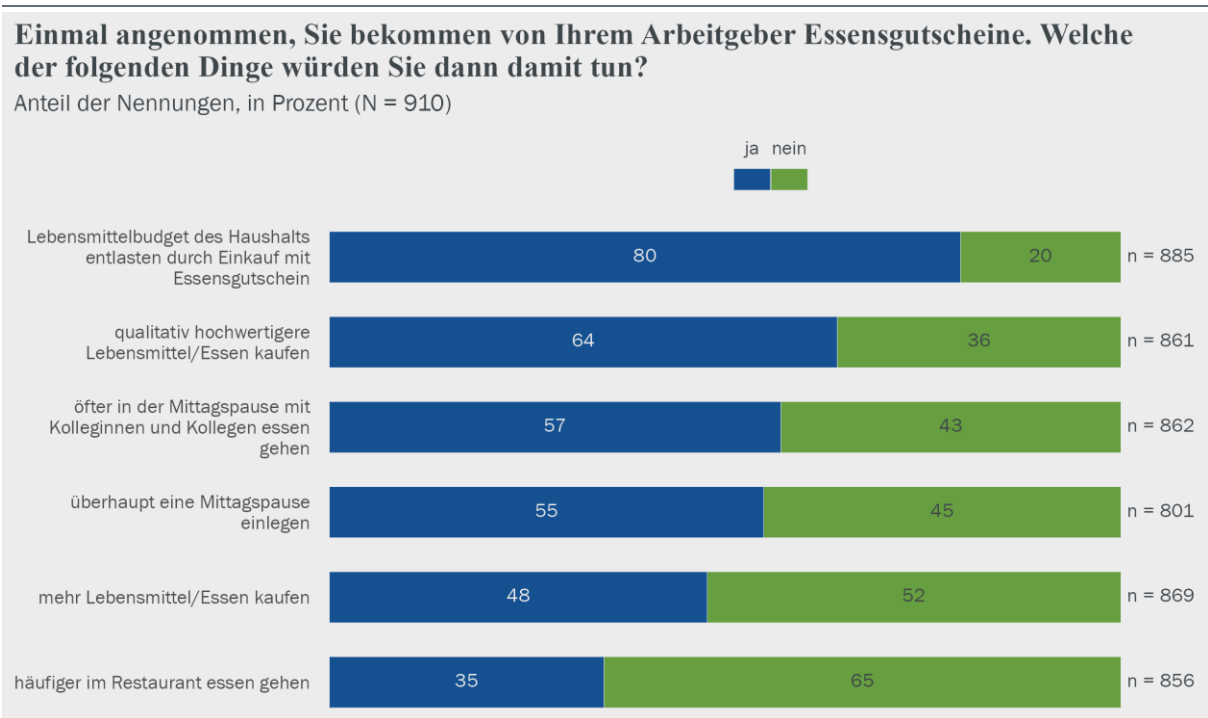
Quelle: Forsa-Unternehmensbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

© Prognos 2024

Die Nutzenerwartungen der Unternehmen decken sich tendenziell mit den Nutzungsabsichten der Beschäftigten.

Beschäftigte, die an Essensgutscheinen ihres Arbeitgebers interessiert sind, würden damit großteils (zu **80 %**) das **Lebensmittelbudget ihres Haushalts durch Einkäufe mit den Gutscheinen entlasten**. Des Weiteren würden sie mehrheitlich **höherwertige Lebensmittel kaufen (zu 64 %)**, **häufiger mit Kolleginnen und Kollegen zu Mittag essen (zu 57 %)** und überhaupt eine **Mittagspause einlegen (zu 55 %)**. Jeweils (etwas) weniger als die Hälfte der Beschäftigten würde **mehr Lebensmittel bzw. Mahlzeiten kaufen (48 %)** und **häufiger im Restaurant essen (35 %)** (Abbildung 11).

Abbildung 11: Beabsichtigte Nutzung von Essensgutscheinen aus Beschäftigtensicht



Quelle: Forsa-Beschäftigtenbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

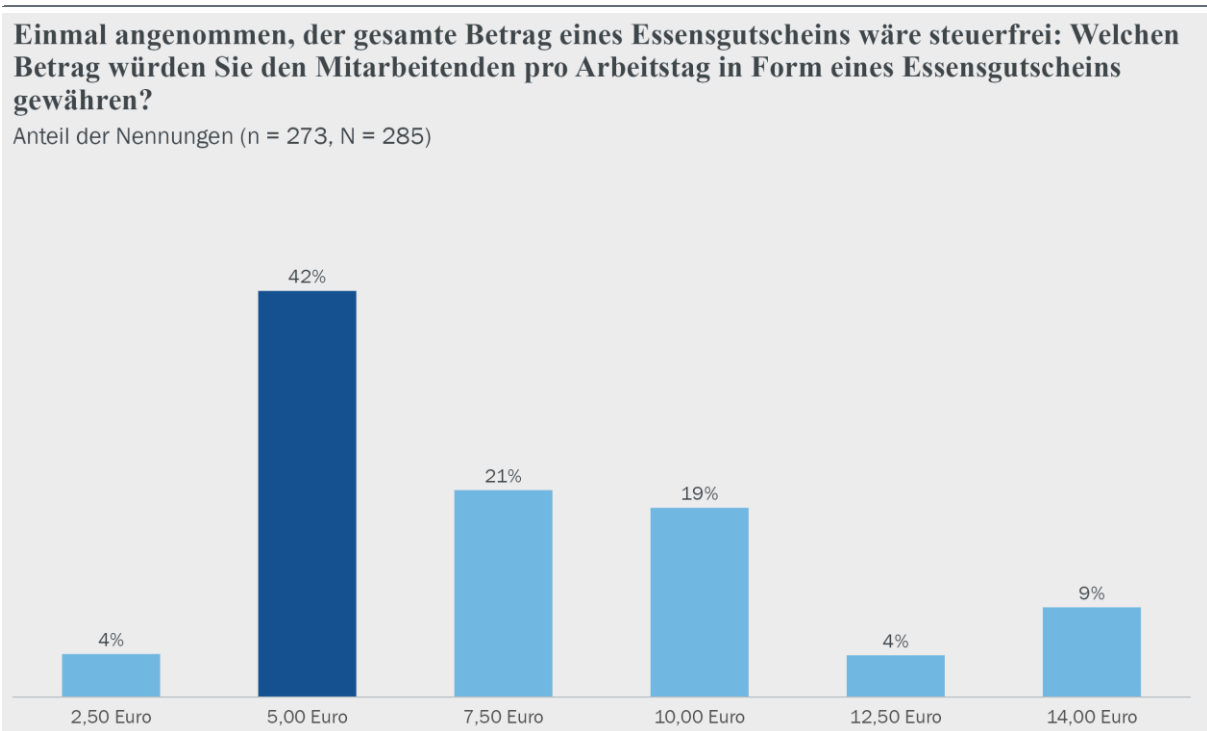
© Prognos 2024

### 3.3 Präferenzen hinsichtlich der Höhe von Essensgutscheinen

Bei vollständiger Steuerbefreiung des Gutscheinbetrags würden fast alle Unternehmen mehr als den derzeitigen Höchstbetrag für den steuerfreien Arbeitgeberzuschuss anbieten.

Fast alle Unternehmen, die Essensgutscheine anbieten oder daran Interesse haben, würden ihren Mitarbeitenden bei vollständiger Steuerbefreiung des Gutscheinbetrags Essensgutscheine im Wert von mehr als 3,10 Euro – dem derzeitigen Höchstbetrag für den steuerfreien Arbeitgeberzuschuss – gewähren. Jeweils rund ein Fünftel bevorzugt in diesem Fall einen Betrag von 7,50 Euro (21 %) bzw. 10,00 Euro (19 %). Gut ein Zehntel (13 %) präferiert einen Betrag von 12,50 Euro und mehr. Ein Betrag von 5,00 Euro pro Arbeitstag wird von vier von zehn (42 %) der Unternehmen bevorzugt. Geringere Beträge wurden lediglich vereinzelt genannt (Abbildung 12).

Abbildung 12: Präferierte Höhe von Essensgutscheinen aus Unternehmenssicht



keine Angabe: 12, nicht zutreffend: 616

Quelle: Forsa-Unternehmensbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

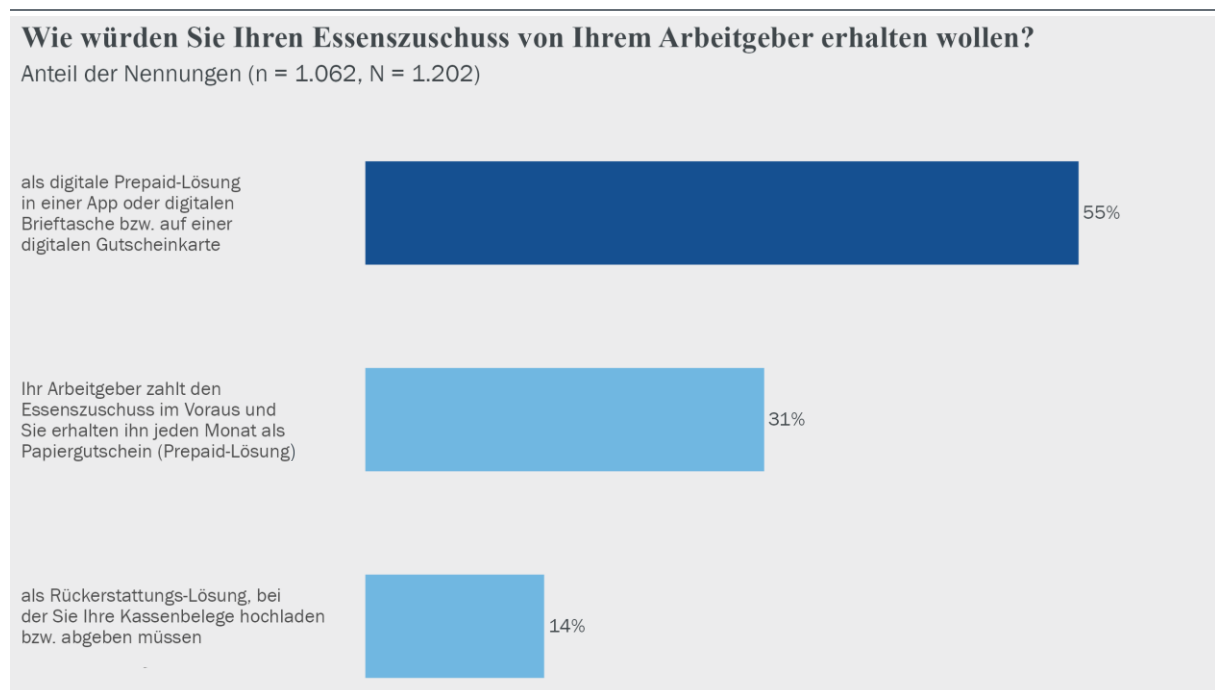
© Prognos 2024

### 3.4 Präferierte Art und Form des Essenszuschusses

Beschäftigte bevorzugen großteils Prepaid-Lösungen für den Erhalt des Essenszuschusses vom Arbeitgeber. Digitale Formen sind attraktiver als Papiergutscheine.

Über die Hälfte (55 %) der Beschäftigten möchte den Essenszuschuss vom Arbeitgeber als digitale Prepaid-Lösung in einer App oder digitalen Brieftasche bzw. auf einer digitalen Gutscheinkarte erhalten.<sup>4</sup> Deutlich seltener (31 %) wünschen die Beschäftigten Papiergutscheine, bei denen der Arbeitgeber den Essenszuschuss im Voraus bezahlt und die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ihn monatlich als Papiergutschein erhalten. Gut ein Zehntel (14 %) bevorzugt die Variante, bei der sie die Kassenbelege einreichen und am Monatsende eine Erstattung erhalten (Abbildung 13).

Abbildung 13: Präferierte Art und Form des Essenszuschusses aus Beschäftigtensicht



keine Angabe: 140, nicht zutreffend: 0

Quelle: Forsa-Beschäftigtenbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

© Prognos 2024

#### Digital oder auf Papier? Unternehmen haben keine Präferenz in Bezug auf die „Darreichungsform“.

Bei der Frage, ob die digitale oder die Papierform der Essensgutscheine besser zum Image bzw. zur Philosophie des Unternehmens passt, sind die Unternehmen geteilter Meinung. **52 Prozent der befragten Unternehmen, die Essensgutscheine anbieten oder daran Interesse haben, geben an, dass die digitale Form besser zu ihrem Unternehmen passt. Die restlichen 48 Prozent halten dagegen die Papierform für passender** (ohne Abbildung).

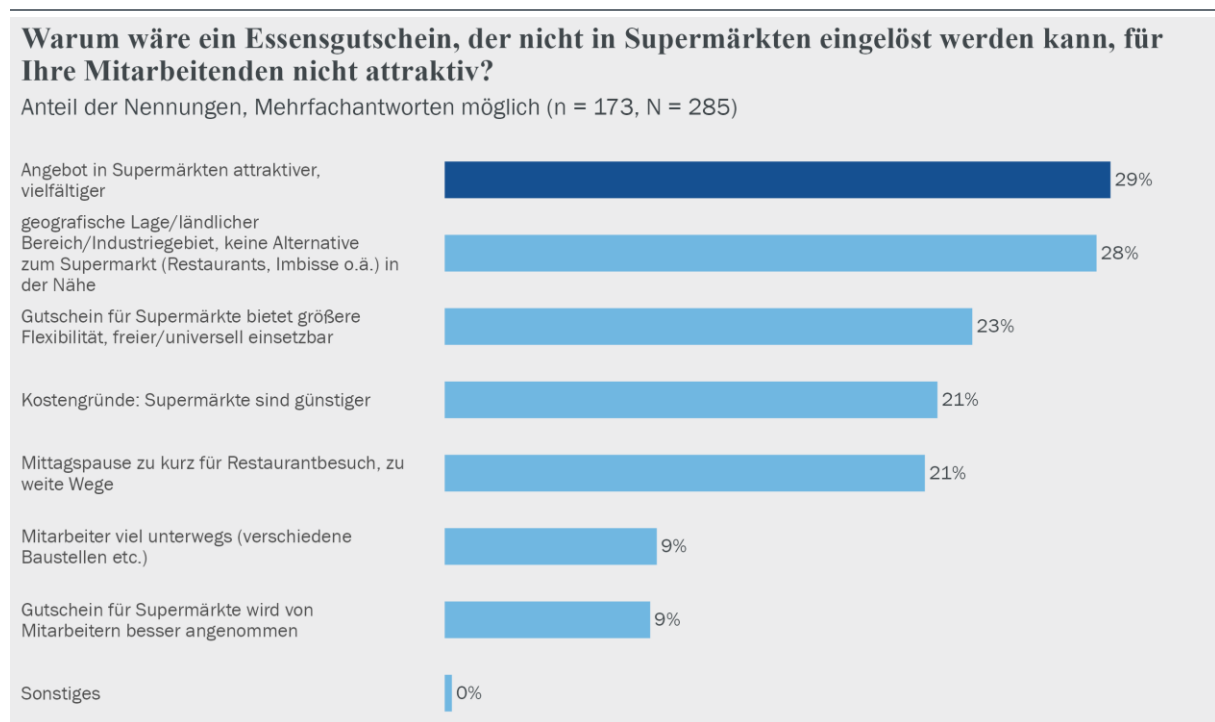
<sup>4</sup> Jüngere Beschäftigte bzw. Beschäftigte mit hoher Bildung bevorzugen diese Variante merklich häufiger als ältere Beschäftigte bzw. Beschäftigte mit mittlerer Bildung.

### 3.5 Präferierte Einlösemöglichkeiten für Essensgutscheine

Unternehmen halten Essensgutscheine, die nicht in Supermärkten einlösbar sind, mehrheitlich für unattraktiv.

Geht es darum, in welcher Form Essensgutscheine eingelöst werden sollen, halten Unternehmen, die Essensgutscheine anbieten oder daran Interesse haben, mehrheitlich (zu 61 %) Essensgutscheine, die nicht in Supermärkten einlösbar sind, für unattraktiv. Unternehmen begründen diese Ansicht unterschiedlich: am häufigsten wird darauf verwiesen, dass **das Angebot in Supermärkten attraktiver sowie vielfältiger ist (29 %)** und dass **es an alternativen Einlösestellen zum Supermarkt, wie Restaurants, Imbisse oder Ähnlichem in der Nähe mangelt (28 %)**. Jeweils etwas mehr als ein Fünftel der Unternehmen geben an, dass eine Einlösemöglichkeit in Supermärkten eine größere Flexibilität bietet (23 %), dass Supermärkte günstiger sind (21 %) und die Wege zu Restaurants zu lang für die Mittagspause sind (21 %) (Abbildung 14).

Abbildung 14: Gründe für geringe Attraktivität von nicht in Supermärkten einlösbaren Essensgutscheinen aus Unternehmenssicht



keine Angabe: 112, nicht zutreffend: 616

Quelle: Forsa-Unternehmensbefragung 2023; eigene Berechnung und Darstellung

© Prognos 2024



## 3.6 Kernergebnisse auf einen Blick

### Potenzial von Essensgutscheinen in Deutschland – Zusammenfassung

#### Wie viele Unternehmen bzw. Beschäftigte finden Essensgutscheine attraktiv?

Unternehmen und Beschäftigte in Deutschland finden Essensgutscheine vielfach (zu 31 % bzw. zu 77 %) **attraktiv**. Unter den Beschäftigten sind Essensgutscheine in etwa genauso beliebt wie Kantinen und deutlich beliebter als andere Unterstützungsangebote wie feste Caterer oder Essenslieferanten.

#### Aus welchen Gründen gewähren Unternehmen Essensgutscheine?

Unternehmen begründen ihr Interesse an Essensgutscheinen vor allem mit erwarteten **Produktivitätssteigerungen (zu 73 %)** und einer **höheren Attraktivität für Fachkräfte (zu 71 %)**, aber auch mit dem **Erhalt der Kaufkraft ihrer Mitarbeitenden (zu 62 %)** und der **Stärkung der sozialen Beziehungen in den Teams (zu 52 %)**.

#### Welchen Nutzen verbinden Beschäftigte mit Essensgutscheinen?

Die Nutzenerwartungen der Unternehmen decken sich tendenziell mit den Nutzungsabsichten der Beschäftigten. Diese würden mit den Essensgutscheinen großteils **das Lebensmittelbudget des Haushalts entlasten (zu 80 %)**, aber unter anderem auch **häufiger mit Kolleginnen und Kollegen zu Mittag essen (zu 57 %)** bzw. überhaupt eine **Mittagspause einlegen (zu 55 %)**.

#### Welche Gutscheinhöhe präferieren die Unternehmen?

Bei vollständiger Steuerbefreiung des Gutscheinbetrags würden **fast alle der an Essensgutscheinen interessierten Unternehmen einen Gutscheinbetrag wählen, der über dem derzeitigen Höchstbetrag für den steuerfreien Arbeitgeberzuschuss von 3,10 Euro liegt**.

#### Welche Zuschussart und -form präferieren Unternehmen bzw. Beschäftigte?

**Beschäftigte bevorzugen für den Erhalt des Essenszuschusses vom Arbeitgeber (zu 86 %) Prepaid-Lösungen**. Digitale Formen werden von den Beschäftigten häufiger präferiert als Papiergutscheine. Unternehmen sind in dieser Frage unentschieden.

### Exkurs: Ergebnisse der Beschäftigtenbefragung in 2024 zum Thema Essensgutscheine

Die (vergleichbaren) Ergebnisse der Wiederholungsbefragung der Beschäftigten im Februar 2024 zum Thema Essensgutscheine weichen großteils **nicht signifikant** von den entsprechenden **Vorjahresergebnissen** ab. In der Wiederholungsbefragung wurden die Beschäftigten allerdings erstmals danach gefragt, ob sie die **Höhe des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses** zu Essensgutscheinen von bis zu 3,10 Euro am Tag für ausreichend halten. Die deutliche Mehrheit (62 %) der Befragten verneinte dies.

---

## 4 Analyse der ökonomischen Effekte von Essensgutscheinen

---

Im Folgenden werden die ökonomischen Effekte von Essensgutscheinen auf die deutsche Volkswirtschaft mit der Methode der Input-Output-Analyse (**Infobox Input-Output-Analyse**) quantifiziert. Die Input-Output-Analyse ermöglicht eine differenzierte Betrachtung der direkten, indirekten und induzierten Effekte (**Infobox Gesamtwirtschaftliche Effekte**) von Essensgutscheinen auf Unternehmen (Wertschöpfung und Beschäftigung), Haushalte (Löhne und Gehälter) und den Staat (Steuern und Abgaben).

### i

#### Input-Output-Analyse

Die Input-Output-Analyse ist eine ökonomische Methode zur Untersuchung der Verflechtungen innerhalb einer Volkswirtschaft. Sie basiert auf dem Konzept, dass die Produktion einer Branche nicht nur von ihren eigenen Inputs (Vorleistungen), sondern auch von den Vorleistungen anderer Branchen abhängt.

Beispielsweise erfordert die „Produktion“ eines Mittagessens im Gastgewerbe neben Arbeitskräften (Küchen- und Servicepersonal) auch Waren oder Zutaten von Erzeugern (Landwirtschaft), dem Einzel- und Großhandel oder der Nahrungsmittelindustrie. Hinzu kommen weitere Vorleistungen wie Geräte (Kücheneinrichtung) oder Mieten für Geschäftsräume.

Die Methode der Input-Output-Analyse erfasst diese Wechselwirkungen zwischen Branchen anhand von Input-Output-Tabellen, die die Mengen an Vorleistungen darstellen, die von jeder Branche verwendet oder benötigt werden, um eine gewünschte Produktionsmenge zu erzielen.

Mit der Input-Output-Analyse können direkte und indirekte Auswirkungen von Änderungen in einer Branche auf andere Branchen und die Gesamtwirtschaft identifiziert werden. Sie ist ein wichtiges Instrument für politische Entscheidungsträger, um die wirtschaftlichen Auswirkungen von politischen Maßnahmen oder Änderungen zu bewerten, indem die Verknüpfungen zwischen verschiedenen Branchen berücksichtigt werden.

Für die vorliegende Studie wird die Input-Output-Tabelle des Statistischen Bundesamtes zur inländischen Verwendung im Jahr 2020 als Datenquelle verwendet. Die Berechnung der Beschäftigungseffekte basiert auf Daten zur Bruttowertschöpfung und zur Anzahl der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer pro Wirtschaftszweig. Der Abschätzung der fiskalischen Effekte liegen Daten zu den Einnahmen des Staates aus Steuern, Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen aus den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen für Deutschland zugrunde.



### **Gesamtwirtschaftliche Effekte**

Die Input-Output-Analyse ermöglicht die Abschätzung der direkten, indirekten und induzierten Effekte von Essensgutscheinen.

Zu den **direkten Effekten** zählen die Auswirkungen der Nutzung von Essensgutscheinen auf Umsatz, Beschäftigung, Wertschöpfung der Annahmestellen (Restaurants, Supermärkte etc.) und Einnahmen des Staates (öffentliche Haushalte).

Zu den **indirekten Effekten** zählen die Auswirkungen auf Umsatz, Beschäftigung und Wertschöpfung bei Zulieferern (vorgelagerte Wertschöpfungskette) der Akzeptanzstellen. Auch für die öffentlichen Haushalte entstehen hierdurch wiederum Mehreinnahmen durch Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Beschäftigten bei Zulieferern.

Die **induzierten Effekten** umfassen schließlich die aus indirekten und direkten Effekten resultierenden Auswirkungen auf Beschäftigung und Wertschöpfung in nachgelagerten Konsumgüterbranchen. Die induzierten Effekte sind Folge der höheren Einkommen und Konsumausgaben der Beschäftigten von Annahmestellen und Zulieferern. Auch diese führen bei den öffentlichen Haushalten wiederum zu Mehreinnahmen bei Umsatzsteuer, Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträgen.

## **4.1 Volkswirtschaftliche Effekte von Essensgutscheinen unter dem aktuellen Rechtsrahmen**

### **4.1.1 Annahmen des Referenzszenarios**

In einem ersten Schritt wird der volkswirtschaftliche Impact von Essensgutscheinen unter dem aktuellen Rechtsrahmen (**Referenzszenario**) ermittelt. Der Analyse liegen hierzu die folgenden Annahmen zugrunde:

#### **Einkommenseffekt**

Wir gehen davon aus, dass sich das Einkommen der Nutzerinnen und Nutzer von Essensgutscheinen im Umfang des Arbeitgeberzuschusses erhöht. Nach den Ergebnissen der Unternehmensbefragung gewähren 36 Prozent der Unternehmen einen Zuschuss in Höhe des steuerfreien Höchstbetrags von 3,10 Euro. Die Mehrheit der Unternehmen (57 Prozent) gewährt ihren Beschäftigten einen höheren Zuschuss, während rund 7 Prozent der Unternehmen den steuerfreien Höchstbetrag nicht ausschöpfen.

Für die beiden zuletzt genannten Gruppen liegen aus der Unternehmensbefragung keine Angaben zur Höhe des Zuschusses vor. Wir unterstellen daher, dass Unternehmen mit einem Zuschuss von mehr als 3,10 Euro für ihre Beschäftigten neben dem steuerfreien Zuschuss zusätzlich den Pflichtanteil in Höhe des Sachbezugswerts von 4,13 Euro (Stand 2024) übernehmen und diesen pauschal versteuern. Insgesamt ergibt sich für die Beschäftigten dieser Unternehmen ein Einkommensplus von 7,23 Euro pro Essensgutschein. Für Unternehmen, die weniger als den steuerfreien Höchstbetrag als Zuschuss gewähren, unterstellen wir einen

durchschnittlichen Zuschuss von 2,50 Euro.<sup>5</sup> Entsprechend dieser Annahmen liegt den nachfolgenden Berechnungen ein Arbeitgeberzuschuss von durchschnittlich 5,41 Euro pro Gutschein ( $36\% \times 3,10 \text{ Euro} + 57\% \times 7,23 \text{ Euro} + 7\% \times 2,50 \text{ Euro}$ ) zugrunde. Weiterhin wird für jede der drei Gruppen von Unternehmen angenommen, dass pro Kalendermonat 15 Essensgutscheine ausgegeben werden.<sup>6</sup> Daraus ergibt sich ein durchschnittlicher Einkommenszuwachs von **974 Euro pro Jahr und Nutzenden** (12 Monate x 15 Gutscheine x 5,41 Euro).

### **Anzahl an Nutzerinnen und Nutzern**

Neben dem Einkommenseffekt hat die Zahl der Nutzenden einen starken Einfluss auf die Höhe des volkswirtschaftlichen Impacts von Essensgutscheinen. Die Unternehmensbefragung zeigt, dass rund 1,0 Prozent der befragten Unternehmen Essensgutscheine als Teil ihrer Mittagsverpflegungsoptionen anbieten. Diese Zahl steht in auffälliger Diskrepanz zu den Ergebnissen der Beschäftigtenbefragung, in der 4,2 Prozent der Befragten angaben, dass ihr Arbeitgeber Essensgutscheine anbietet. 3,2 Prozent der Befragten gaben an, dass sie Essensgutscheine für die Mittagsverpflegung nutzen.<sup>7</sup>

Angesichts der geringen Fallzahlen und davon ausgehend, dass die Angaben der Unternehmensbefragung als verlässlicher angesehen werden können, orientieren wir uns in den folgenden Berechnungen an den Angaben aus der Unternehmensbefragung. Hochgerechnet mit der Gesamtzahl an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 34,4 Mio. Personen zum 30.06.2022 (Statistisches Bundesamt, Beschäftigungsstatistik) nehmen wir an, dass rund 340.000 Beschäftigte Essensgutscheine für ihre Mittagsverpflegung nutzen.<sup>8</sup>

### **Verteilung nach Branchen**

Die Abschätzung der ökonomischen Effekte von Essensgutscheinen erfordert schließlich eine Annahme über die Verteilung des Einkommenseffekts nach Branchen. Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden, dass Mitarbeitende bei der Einlösung von Essensgutscheinen mindestens den gleichen Betrag für die Mittagsverpflegung ausgeben wie ohne Essensgutscheine. Offen ist hingegen, ob die Mitarbeitenden bei der Einlösung von Essensgutscheinen einen höheren Betrag für die Mittagsverpflegung ausgeben oder ob das zusätzliche Einkommen für andere Konsumgüter verwendet wird. Studienergebnisse aus Frankreich verweisen dabei darauf, dass ersteres der Fall ist.<sup>9</sup>

Im Rahmen einer Impactanalyse untersuchen wir nachfolgend den unmittelbaren Beitrag von Essensgutscheinen zur Wertschöpfung und Beschäftigung in Annahmestellen des Einzelhandels und des Gastgewerbes. Wir unterstellen, dass der positive Einkommenseffekt von Essensgutscheinen uneingeschränkt zu höheren Umsätzen in den Annahmestellen führt. Für die Verteilung des Effekts nach Wirtschaftszweigen nehmen wir gemäß den Ergebnissen der

<sup>5</sup> Der angenommene Betrag von 2,50 Euro orientiert sich an den Ergebnissen der Frage 8 der Unternehmensbefragung. Dort gaben 4 Prozent der Unternehmen an, dass sie ihren Beschäftigten selbst dann nur einen Zuschuss von 2,50 Euro gewähren würden, wenn der gesamte Zuschuss unabhängig von seiner Höhe steuerfrei wäre.

<sup>6</sup> In den Lohnsteuerrichtlinien gelten Vereinfachungsregelungen, wenn Arbeitgeber 15 Essensgutscheine pro Monat ausgeben, weshalb diese monatliche Anzahl an Gutscheinen in der Praxis üblich ist.

<sup>7</sup> Ohne Berücksichtigung von Beschäftigten der öffentlichen Verwaltung und des öffentlichen Dienstes.

<sup>8</sup> Zu beachten ist, dass aus der Unternehmensbefragung nur Angaben zu Beschäftigtengrößenklassen vorliegen. Aufgrund der geringen Fallzahl an Unternehmen, die Essensgutscheine anbieten, wurde auf eine Gewichtung nach Größenklassen verzichtet. Implizit bedeutet die Annahmesetzung, dass die Vergabe von Essensgutscheinen größenklassenunabhängig ist.

<sup>9</sup> Roland Berger (2022), La restauration française au seuil de la révolution digitale, Report, online verfügbar unter: [https://www.rolandberger.com/publications/publication\\_pdf/8\\_004\\_FR\\_REP\\_Restaurations\\_francaise\\_Revolution\\_digitale.pdf](https://www.rolandberger.com/publications/publication_pdf/8_004_FR_REP_Restaurations_francaise_Revolution_digitale.pdf) (abgerufen am 20.10.2023).

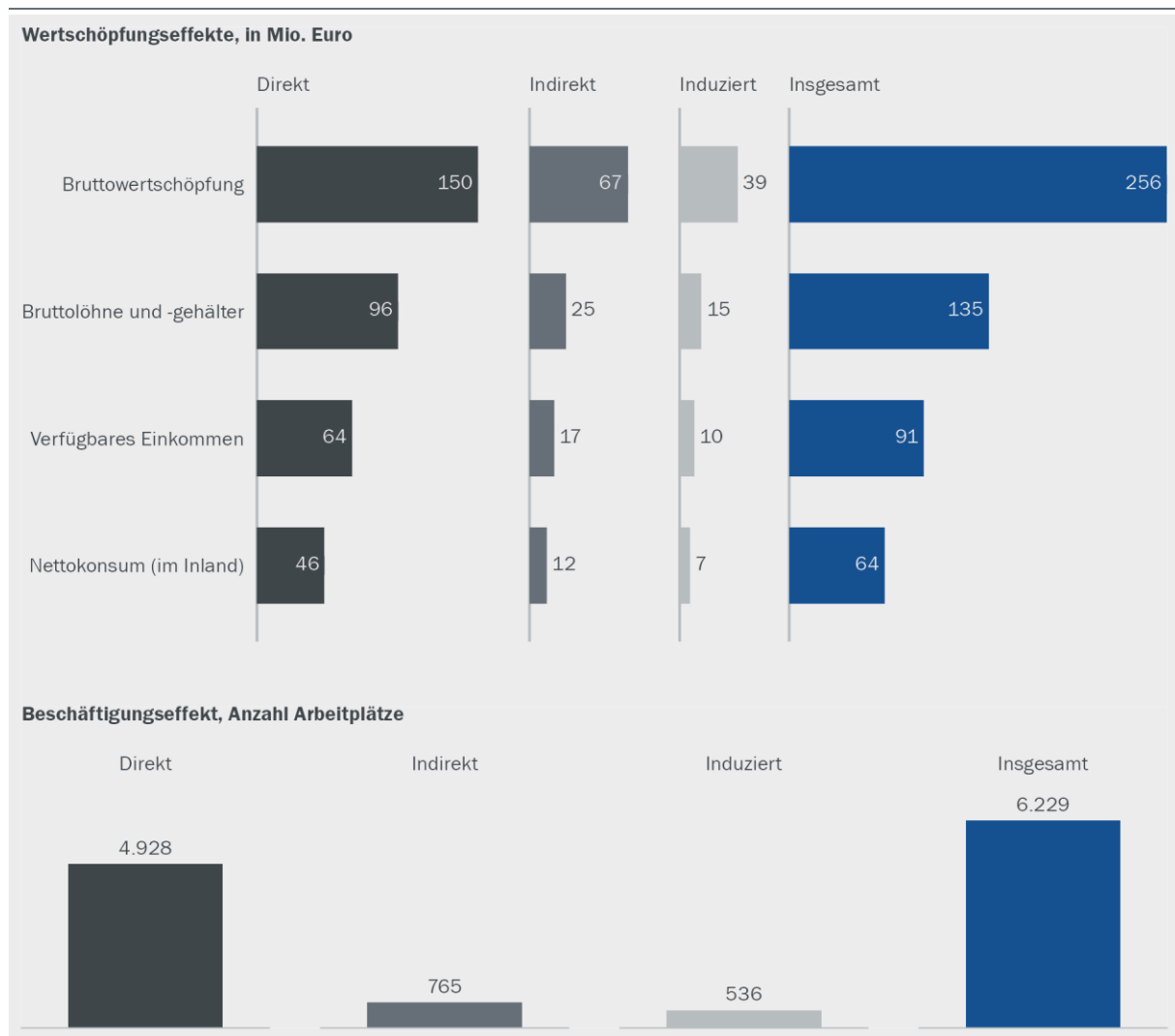
Beschäftigtenbefragung an, dass ca. **65 Prozent** des Umsatzes auf den **Einzelhandel** (Supermarkt, Bäcker, Metzger) und ca. **35 Prozent** auf das **Gastgewerbe** (Restaurant, Lieferdienst, Imbiss) entfallen.

#### 4.1.2 Ergebnisse

##### Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte

Die Nutzung von Essensgutscheinen generiert zusätzliche Umsätze in Höhe von 331 Mio. Euro im Einzelhandel und im Gastgewerbe. Nach Abzug der Umsatzsteuer erhöht sich der Nettoumsatz um 298 Mio. Euro. Hiervon verbleiben 150 Mio. Euro als zusätzliche Wertschöpfung in den Annahmestellen (**direkter Wertschöpfungseffekt**, Abbildung 15), 146 Mio. Euro entfallen auf Vorleistungen von Zulieferern (davon: 130 Mio. Euro im Inland) und weitere 2 Mio. Euro fließen als Gütersteuern (netto) an den Staat.

Abbildung 15: Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte von Essensgutscheinen



Quelle: Statistisches Bundesamt, Forsa-Unternehmens- und Beschäftigtenbefragung, eigene Berechnungen

© Prognos 2024

Weitere Wertschöpfungseffekte resultieren aus den Verflechtungen der Branchen:<sup>10</sup>

- Die höhere Nachfrage nach Vorleistungen erhöht die Wertschöpfung bei Zulieferern um 67 Mio. Euro (**indirekter Wertschöpfungseffekt**).
- Die direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte entfallen zu rund 55 Prozent auf Bruttolöhne und -gehälter von Beschäftigten der Annahmestellen und der Zulieferer. Diese nehmen um 121 Mio. Euro (direkt = 96 Mio. Euro, indirekt = 25 Mio. Euro) zu. Nach Abzug von Lohn- und Einkommensteuer sowie Sozialversicherungsbeiträgen erhöht sich das verfügbare Einkommen der Beschäftigten um 81 Mio. Euro. Nach Abzug der Ersparnis und der Umsatzsteuer erhöht sich der Nettokonsum um 58 Mio. Euro. Dieser Effekt generiert zusätzliche Wertschöpfung von 39 Mio. Euro in nachgelagerten Konsumgüterbranchen (**induzierter Wertschöpfungseffekt**).

Insgesamt resultieren aus der Nutzung von Essensgutscheinen **256 Mio. Euro an zusätzlicher Wertschöpfung** im Inland. Zusätzliche Wertschöpfungseffekte entstehen durch Güter und Waren aus dem Ausland, die hier jedoch nicht berücksichtigt werden. **Jeder Euro an zusätzlicher Kaufkraft generiert damit 77 Cent an zusätzlicher Wertschöpfung** im Inland. Hiervon entfallen rund 59 Prozent auf die direkten Effekte bei Annahmestellen, 26 Prozent auf die indirekten Effekte bei Zulieferern und 15 Prozent auf induzierte Effekte. Etwas mehr als die Hälfte des Wertschöpfungseffekts entfällt auf Bruttolöhne und -gehälter (135 Mio. Euro, 53 %) von Beschäftigten in Annahmestellen, bei Zulieferern und in nachgelagerten Konsumgüterbranchen.

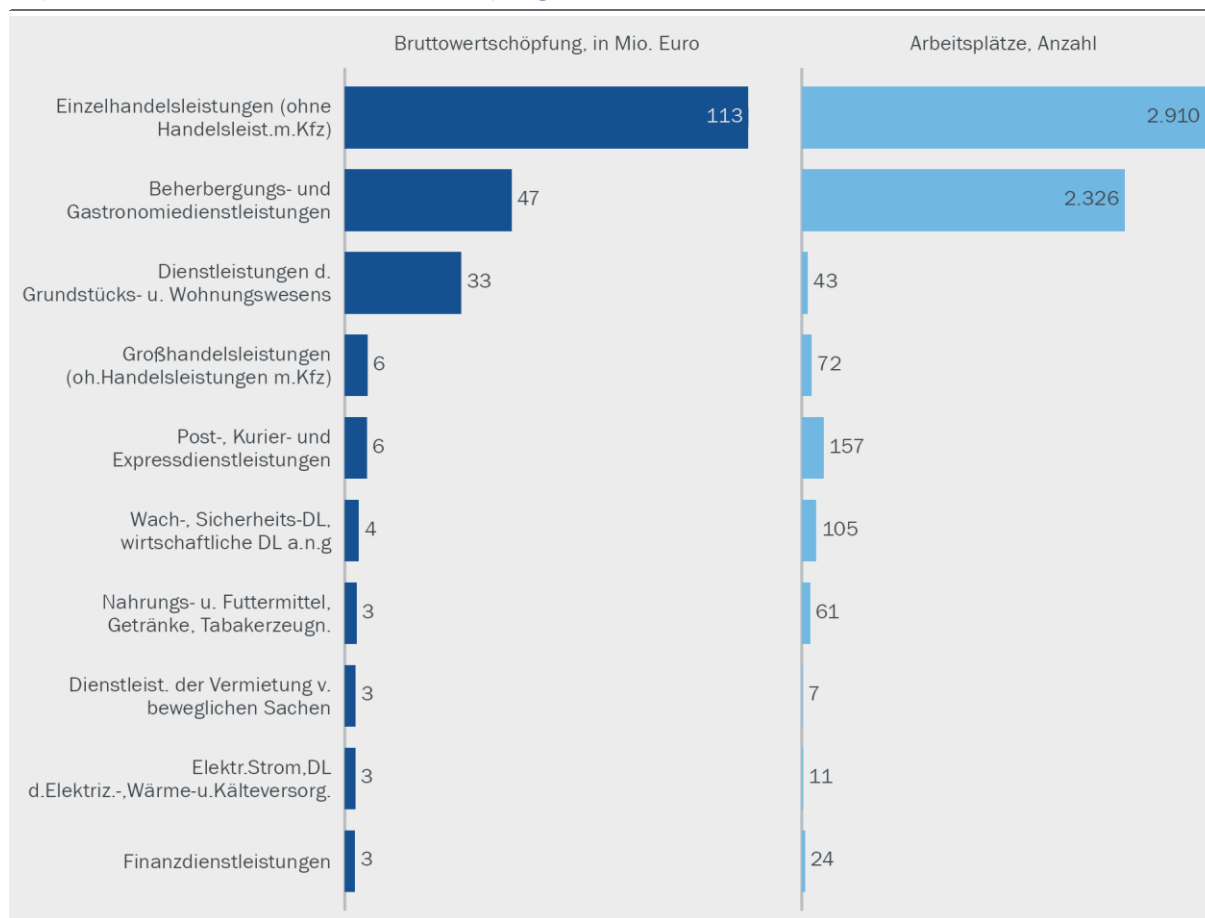
## **Branchen**

Die Verteilung der Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte nach Branchen zeigt, dass diese sich auf den Einzelhandel und das Gastgewerbe konzentrieren. Dies gilt insbesondere für den Beschäftigungseffekt, der zu rund 84 Prozent (5.236 Arbeitsplätze) auf den Einzelhandel und das Gastgewerbe entfällt. Entsprechend der Verteilung des Kaufkrafteffekts von Essensgutscheinen (Einzelhandel: 65 %, Gastgewerbe: 35 %) entfällt auf den Einzelhandel (2.910, 47 %) ein größerer Anteil als auf das Gastgewerbe (2.326, 37 %). Hinzu kommt, dass der Einzelhandel insgesamt einen größeren Anteil an den Konsumausgaben der privaten Haushalte hat und daher in größerem Umfang an den induzierten Kaufkrafteffekten partizipiert.

<sup>10</sup> Es werden jeweils nur die Erstrundeneffekte berücksichtigt, d.h. weitere Effekte, die aus einer höheren Nachfrage nach Vorleistungen der nach- und vorgelagerten Branchen der Wertschöpfungskette entstehen, bleiben unberücksichtigt.

### Abbildung 16: Volkswirtschaftliche Effekte von Essensgutscheinen nach Branchen

Top-10 der Branchen nach Höhe des Wertschöpfungseffekts



Quelle: Statistisches Bundesamt, Forsa-Unternehmens- und Beschäftigtenbefragung, eigene Berechnungen © Prognos 2024

Die Verteilung des Wertschöpfungseffekts zeigt ein größeres Ungleichgewicht zwischen den beiden Branchen. Für den Einzelhandel entspricht der Anteil an der zusätzlichen Wertschöpfung mit 44 Prozent (113 Mio. Euro) in etwa dessen Anteil am gesamtwirtschaftlichen Beschäftigungseffekt. Dagegen fällt der Anteil des Gastgewerbes am Wertschöpfungseffekt mit 18 Prozent (47 Mio. Euro) nur halb so hoch aus wie der Anteil am Beschäftigungseffekt. Der Grund für diesen Unterschied ist, dass das Gastgewerbe infolge einer hohen Teilzeitquote weitaus arbeitsplatzintensiver ist als der Einzelhandel.

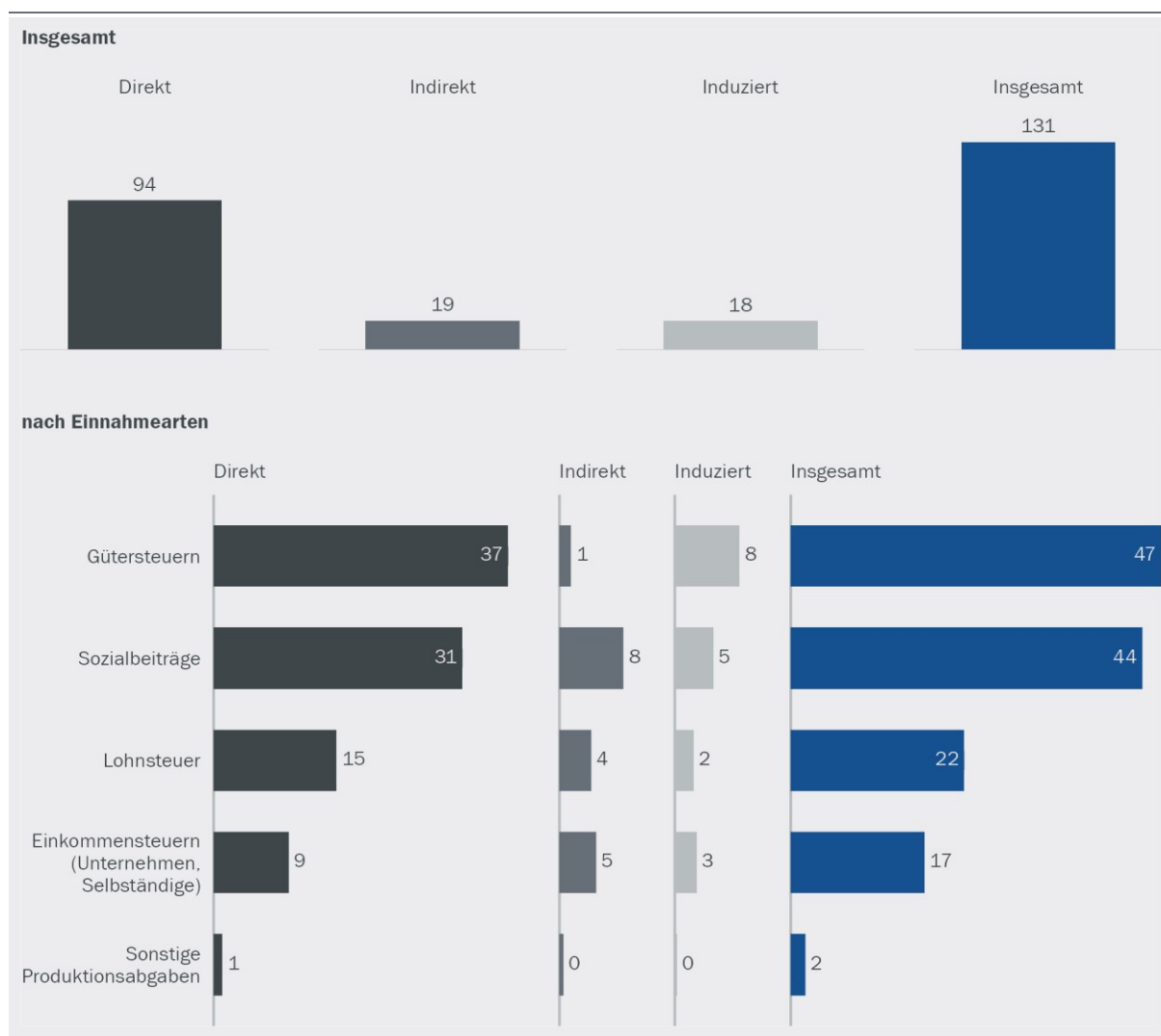
Darüber hinaus zeigt die Verteilung der Wertschöpfung nach Branchen, dass neben dem Einzelhandel und dem Gastgewerbe auch die Branche Dienstleistungen des Grundstücks- und Wohnungswesens mit einem Anteil von 13 Prozent (33 Mio. Euro) in größerem Umfang an der durch Essensgutscheine generierten Wertschöpfung partizipiert.

## Fiskalische Effekte

Neben den Effekten auf die Wertschöpfung und Beschäftigung resultieren aus der Nutzung von Essensgutscheinen auch **Mehreinnahmen für die öffentlichen Haushalte** in Höhe von 131 Mio. Euro (Abbildung 17). **Jeder Euro an zusätzlicher Kaufkraft generiert damit 39 Cent an Mehreinnahmen** für den Staat. Hiervon entfallen 72 Prozent auf die direkten Effekte und jeweils rund 14 Prozent auf indirekte und induzierte Effekte.

Abbildung 17: Fiskalische Effekte von Essensgutscheinen

in Mio. Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt, Forsa-Unternehmens- und Beschäftigtenbefragung, eigene Berechnungen

© Prognos 2024

Die größten Anteile an den Mehreinnahmen des Staates entfallen auf zusätzliche Einnahmen aus Gütersteuern (47 Mio. Euro, 36 %), insbesondere der Umsatzsteuer, und zusätzliche Einnahmen aus Sozialbeiträgen (44 Mio. Euro, 34 %). Zusätzliche Einnahmen aus Lohnsteuern der Beschäftigten in Annahmestellen, Zulieferern und nachgelagerten Konsumgüterbranchen sowie Einkommensteuern von Unternehmen und Selbständigen tragen mit 39 Mio. Euro (30 %) zu den Mehreinnahmen des Staates bei.



## Exkurs: Weitere fiskalische Effekte

### Effekte der auf den Sachbezugswert anfallenden Lohnsteuer und Sozialbeiträge

Die dargestellten Effekte von Essensgutscheinen auf die staatlichen Einnahmen aus Lohnsteuern und Sozialbeiträgen umfassen ausschließlich die zusätzlichen Einnahmen, die durch eine höhere Beschäftigung in Annahmestellen, Zulieferern und nachgelagerten Konsumgüterbranchen entstehen. Nicht enthalten sind die Einnahmen des Staates, die aus Lohnsteuern und Sozialbeiträgen für den geldwerten Vorteil der Nutzerinnen und Nutzer von Essensgutscheinen entstehen. So ist der geldwerte Vorteil – also der Sachbezugswert – des Essensgutscheins steuer- und sozialversicherungspflichtig, wobei Arbeitgeber für ihre Beschäftigten die Pauschalbesteuerung der Essensgutscheine mit 25 Prozent übernehmen können. In diesem Fall müssen Arbeitnehmer weder Steuern noch Sozialbeiträge dafür zahlen.

Insgesamt beziffern sich die hieraus resultierenden Einnahmen des Staates bei der Lohnsteuer und den Sozialbeiträgen auf einen Betrag von 83 Mio. Euro.<sup>11</sup> Werden diese Einnahmen bei den fiskalischen Effekten (Abbildung 17) berücksichtigt, vergrößern sich diese von 131 auf 214 Mio. Euro (+63 %).

Arbeitgeber bieten Essensgutscheine aufgrund ihrer steuerlichen Förderung erfahrungsgemäß als Zusatzleistung zum regulären Bruttolohn an. Die zuvor bezifferten Einnahmen aus der Lohnsteuer und den Sozialversicherungsbeiträgen auf den Sachbezugswert (83 Mio. EUR) sind unter diesem Gesichtspunkt als zusätzliche, durch die Steuerbegünstigung geschaffene Einnahmen für den Staat zu betrachten.

### Effekte von Essensgutscheinen auf die Unternehmenssteuern

Auf der anderen Seite ist ebenfalls zu berücksichtigen, dass in den dargestellten fiskalischen Effekten von Essensgutscheinen, die aus der Steuerfreiheit des Arbeitgeberzuschusses resultierenden Mindereinnahmen des Staates bei Unternehmenssteuern nicht enthalten sind. Insgesamt resultieren hieraus staatliche Mindereinnahmen oder direkte Kosten von Essensgutscheinen in Höhe von 48 Mio. Euro.<sup>12</sup> Unter dem Strich ergibt sich dennoch ein positiver fiskalischer Effekt von Essensgutscheinen, und zwar in Höhe von 83 Mio. Euro (= 131 Mio. Euro – 48 Mio. Euro) oder Mehreinnahmen von 25 Cent je Euro an zusätzlicher Kaufkraft.

<sup>11</sup> Entsprechend den Annahmen der Input-Output-Analyse liegt der Berechnung ein durchschnittlicher Lohnsteuersatz von 16,1 Prozent und ein durchschnittlicher Sozialversicherungsbeitrag (Arbeitnehmeranteil) von 16,5 Prozent gemäß der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung zugrunde.

<sup>12</sup> Den Berechnungen liegt ein durchschnittlicher Unternehmenssteuersatz von 25,5 Prozent gemäß der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung zugrunde. Die Unternehmenssteuern umfassen Steuern auf Gewinne bzw. den Nettobetriebsüberschuss. Berücksichtigt wurden hier die Körperschaftsteuer, die Gewerbesteuer, die veranlagten Einkommensteuern und die nicht veranlagten Steuern vom Ertrag. Die Berechnungen berücksichtigen ebenfalls, dass im Falle der Pauschalbesteuerung des Sachbezugswerts durch den Arbeitgeber den Mindereinnahmen bei Unternehmenssteuern Mehreinnahmen bei der Lohnsteuer in Höhe von 25 Prozent des Sachbezugswerts gegenüberstehen.

### **Weitere positive Wirkungen von Essensgutscheinen**

Neben den ökonomischen Wirkungen von Essensgutscheinen können diese weitere, nicht quantifizierbare Wirkungen auf individueller, betrieblicher und staatlicher Ebene entfalten. Zu diesen weiteren, positiven Wirkungen zählen:<sup>13</sup>

#### **Verbesserung der Gesundheit der Beschäftigten**

Beschäftigte, die Essensgutscheine nutzen, essen in der Mittagspause tendenziell häufiger und besser. Sie ernähren sich also gesünder, was sich positiv auf ihren Gesundheitszustand auswirkt. Damit können Essensgutscheine auch einen wichtigen Beitrag zur betrieblichen Gesundheitsförderung leisten.

#### **Steigerung von Produktivität und Reduktion von Fehlzeiten**

Die verbesserte Gesundheit der Beschäftigten, die Essensgutscheine in Anspruch nehmen, erhöht tendenziell ihre Produktivität, während ihre Fehlzeiten potenziell sinken.

#### **Reduzierung der privaten und öffentlichen Gesundheitsausgaben**

Die verbesserte Gesundheit der Beschäftigten, die Essensgutscheine nutzen, wirkt sich potenziell dämpfend auf die privaten und öffentlichen Gesundheitsausgaben aus.

#### **Entlastung des Haushaltsbudgets für Lebensmittel und Mahlzeiten**

Essensgutscheine, die in Supermärkten einlösbar sind, können das Haushaltsbudget für Lebensmittel und Mahlzeiten entlasten. Sie sind damit gerade in Zeiten hoher Preissteigerungen ein Instrument zur finanziellen Entlastung der privaten Haushalte.

#### **Erleichterung der Gewinnung und Bindung von Fachkräften**

Gerade für kleinere Unternehmen, Unternehmen in Ballungsräumen oder Unternehmen, deren Mitarbeitende häufig mobil oder im Homeoffice arbeiten und für die daher eine eigene Kantine oft nicht in Frage kommt, sind Essensgutscheine eine Alternative, ihre Mitarbeitenden bei der Mittagsverpflegung zu unterstützen und sich so als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

#### **Eindämmung von Schattenwirtschaft in der Gastronomie**

Die Bezahlung mit Essensgutscheinen erfordert von den gastronomischen Betrieben eine korrekte Erfassung aller Transaktionen in der Buchhaltung. Dies trägt dazu bei, dass dem Fiskus weniger Einnahmen entgehen. Die Verwendung von Essensgutscheinen ist somit ein wirksames Instrument zur Bekämpfung von Schattenwirtschaft und Steuerhinterziehung im Gaststättengewerbe, das den Staatshaushalt stärkt und eine gerechtere Verteilung der Steuerlast gewährleistet.

<sup>13</sup> Vergleiche zusammenfassend Wanjek, C. (2005), Food at work. Workplace solutions for malnutrition, obesity and chronic diseases, International Labour Office, Geneva und Gerard, M. et al. (2013), Impact macro-économique des chèques-repas, IDEA Consult.

## 4.2 Volkswirtschaftliche Effekte von Essensgutscheinen bei überarbeitetem Rechtsrahmen

Auf Basis der empirischen Evidenz zur Nutzung von Essensgutscheinen aus der Beschäftigten- und Unternehmensbefragung haben die Ergebnisse der Input-Output-Analyse gezeigt, dass Essensgutscheine in der Volkswirtschaft eine zusätzliche Wertschöpfung von 77 Cent je Euro an zusätzlicher Kaufkraft und Mehreinnahmen für den Staat von 39 Cent je Euro an zusätzlicher Kaufkraft erzeugen.

Infolge der im internationalen Vergleich geringen Bedeutung von Essensgutscheinen für die Mittagsverpflegung von Beschäftigten in Deutschland spielen Essensgutscheine unter dem aktuellen Rechtsrahmen für die Wertschöpfung der deutschen Volkswirtschaft insgesamt nur eine untergeordnete Rolle.

Die Ergebnisse der Beschäftigten- und Unternehmensbefragung haben gleichzeitig gezeigt, dass sowohl seitens der Beschäftigten (77 %) als auch der Unternehmen (31 %) ein großes bis sehr großes Interesse an der Nutzung von Essensgutscheinen besteht. Dieses Ergebnis offenbart eine deutliche Diskrepanz zur tatsächlichen Nutzung von Essensgutscheinen bei nur einem Prozent der Unternehmen. Dies macht wiederum deutlich, dass in Deutschland – wie in europäischen Nachbarstaaten mit deutlich attraktiveren rechtlichen Rahmenbedingungen (Tabelle 3 in Anhang C) – ein weitaus größeres Marktpotenzial für Essensgutscheine besteht.

Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden zunächst die volkswirtschaftlichen Effekte für drei Varianten zum Nutzungsverhalten dargestellt. Im Einzelnen betrachten wir die Effekte bei einer **Erhöhung der Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer** von Essensgutscheinen auf 1 Mio. Beschäftigte (Nutzungsquote: 3,2 %), auf 3 Mio. Beschäftigte (9,6 %) und auf 6 Mio. Beschäftigte (19,2 %). Die Spannweite der Annahmen orientiert sich dabei an den Nutzungsquoten in Österreich (ca. 3 %) und in Frankreich (ca. 20 %).

Die Ausschöpfung des Marktpotenzials und Erreichung international vergleichbarer Nutzungszahlen wird zusätzliche Anstrengungen erfordern, beispielsweise Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrads des Instruments Essensgutscheine oder einen Ausbau digitaler Angebote zur Vereinfachung der Abwicklung.<sup>14</sup>

Daneben kann der Gesetzgeber die Attraktivität von Essensgutscheinen durch die Weiterentwicklung, Vereinfachung oder Flexibilisierung des bestehenden Rechtsrahmens erhöhen. Als zwei Optionen werden im Folgenden die ökonomischen Effekte

- einer **Erhöhung des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses** auf 4,13 Euro,
- einer Flexibilisierung des Rechtsrahmens durch die **Ermöglichung mehrerer Gutscheineinlösungen** am Tag

untersucht.

<sup>14</sup> In der Unternehmensbefragung (Frage: *Und aus welchen der folgenden Gründe bietet ihr Unternehmen seinen Mitarbeitenden keine Essensgutscheine an?*) gaben 25 Prozent der Unternehmen an, dass ihnen Essensgutscheine bisher nicht bekannt waren. Zu wenige Möglichkeiten zur Einlösung von Essensgutscheinen nannten 42 Prozent der Unternehmen als Grund und 41 Prozent die zu aufwändige Abwicklung.

#### 4.2.1 Motivation und Annahmen der Varianten zur Weiterentwicklung des Rechtsrahmens

Die beiden Varianten zur Weiterentwicklung des rechtlichen Rahmens basieren auf den Annahmen des Referenzszenarios. Die Ergebnisse werden jeweils für unterschiedliche Annahmen zur Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer von Essensgutscheinen dargestellt. Darüber hinaus liegen den Varianten folgende Annahmen zugrunde.

##### **Erhöhung des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses**

Der gesetzliche Höchstbetrag des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses von 3,10 Euro wurde seit rund 20 Jahren nicht mehr erhöht. Gemessen an der Entwicklung des Verbraucherpreisindexes entspricht dies einem Realwertverlust von 1 Euro bzw. 33 Prozent.

Als ersten Schritt zum Ausgleich des Realwertverlustes betrachten wir eine Anhebung der gesetzlichen Obergrenze für den steuerfreien Arbeitgeberzuschuss auf die Höhe des Sachbezugswerts von 4,13 Euro. Das Referenzszenario berücksichtigt, dass 7 Prozent der Unternehmen den gesetzlichen Höchstbetrag nicht ausschöpfen (Abschnitt 4.1.1). Für diese Unternehmen wird unterstellt, dass sie auch nach einer Erhöhung des gesetzlichen Höchstbetrags im Durchschnitt nur einen Zuschuss von 2,50 Euro zahlen.

Für die beiden anderen Unternehmensgruppen nehmen wir dagegen an, dass sie den gesetzlichen Höchstbetrag weiterhin voll ausschöpfen und ihren Zuschuss von 3,10 auf 4,13 Euro erhöhen. Im Vergleich zum Referenzszenario erhöht sich der **Einkommens- oder Kaufkrafteffekt** von jährlich **974 Euro** auf **1.147 Euro** pro Nutzerin und Nutzer.

##### **Ermöglichung mehrerer Gutschein-Einlösungen pro Tag**

Die Ergebnisse der Beschäftigtenbefragung zeigen, dass rund ein Viertel (23 %) aller Beschäftigten in Deutschland die Obergrenze für den Nennwert eines Essensgutscheins von 6,90 EUR (Stand 2023) als zu niedrig empfindet. Dies gilt insbesondere für ein Mittagessen im Restaurant. Über die Hälfte (53 %) der befragten Beschäftigten geben hierfür im Schnitt 14 Euro oder mehr aus und damit mehr als das Doppelte der Obergrenze für einen Essensgutschein in Höhe von 6,90 Euro (Stand 2023). Nach den Ergebnissen des Smunch Business Lunch Index 2019 lag der Durchschnittspreis für einen Business Lunch in den 15 größten Städten Deutschlands im Jahr 2019 bei 15,77 Euro.<sup>15</sup> Auch für ein Mittagessen aus dem Supermarkt werden den Ergebnissen der Beschäftigtenbefragung nach vielfach (zu 30 %) 7 Euro oder mehr ausgegeben.

Die Schaffung einer gesetzlichen Grundlage für die Einlösung von zwei Essensgutscheinen pro Tag könnte diesem Umstand Rechnung tragen. Darüber hinaus dürfte eine Flexibilisierung die Attraktivität von Essensgutscheinen für diejenigen Beschäftigten erhöhen, die unter den derzeitigen rechtlichen Rahmenbedingungen auf die Nutzung von Essensgutscheinen verzichten.

Die Möglichkeit mehrerer Gutschein-Einlösungen am Tag hat für sich genommen keine Auswirkungen auf den Einkommens- bzw. Kaufkrafteffekt der Essensgutscheine. Es ist jedoch davon auszugehen, dass dadurch der Besuch eines Restaurants in der Mittagspause attraktiver wird. Da sich aus den Befragungsergebnissen keine Annahmen zu den Auswirkungen auf die Einlösestruktur ableiten lassen, wird im Gegensatz zum Referenzszenario vereinfachend eine **Gleichverteilung des Kaufkraft- bzw. Konsumeffekts** auf den Einzelhandel und das Gastgewerbe unterstellt.

<sup>15</sup> Smunch, [Deutschland im Business Lunch Index](#), abgerufen am 20.10.2023.

#### 4.2.2 Ergebnisse der Varianten

Abbildung 18 zeigt die volkswirtschaftlichen Effekte für unterschiedliche Annahmen zur Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer sowie für die beiden Varianten zur Weiterentwicklung des Rechtsrahmens. Aus Darstellungsgründen sind dort lediglich die Effekte auf die Bruttowertschöpfung und die Einnahmen des Staates dargestellt. Auch wurde auf eine differenzierte Betrachtung des Gesamteffekts in direkte, indirekte und induzierte Effekte verzichtet.

##### **Erhöhung der Nutzungszahlen**

Eine Erhöhung der Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer führt unter den Annahmen des Referenzszenarios bei unveränderten rechtlichen Rahmenbedingungen zu einer proportionalen Erhöhung der ökonomischen Effekte von Essensgutscheinen.

So entspricht z. B. eine Erhöhung der Nutzungszahlen auf 1 Mio. Beschäftigte bzw. der Nutzungsquote auf das österreichische Niveau gegenüber dem Referenzszenario (340.000) einer Steigerung um den Faktor 2,9 bzw. +194 Prozent. In den Ergebnissen der Input-Output-Analyse schlägt sich dies in einem entsprechenden Anstieg der Bruttowertschöpfung auf 752 Mio. Euro und der Staatseinnahmen auf 386 Mio. Euro nieder.

Gelänge es demgegenüber, die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer auf 6 Mio. Beschäftigte bzw. die Nutzungsquote auf das Niveau von Frankreich zu steigern, könnten rund 4,5 Mrd. Euro an zusätzlicher Wertschöpfung und rund 2,3 Mrd. Euro an zusätzlichen Einnahmen für den Staat generiert werden.

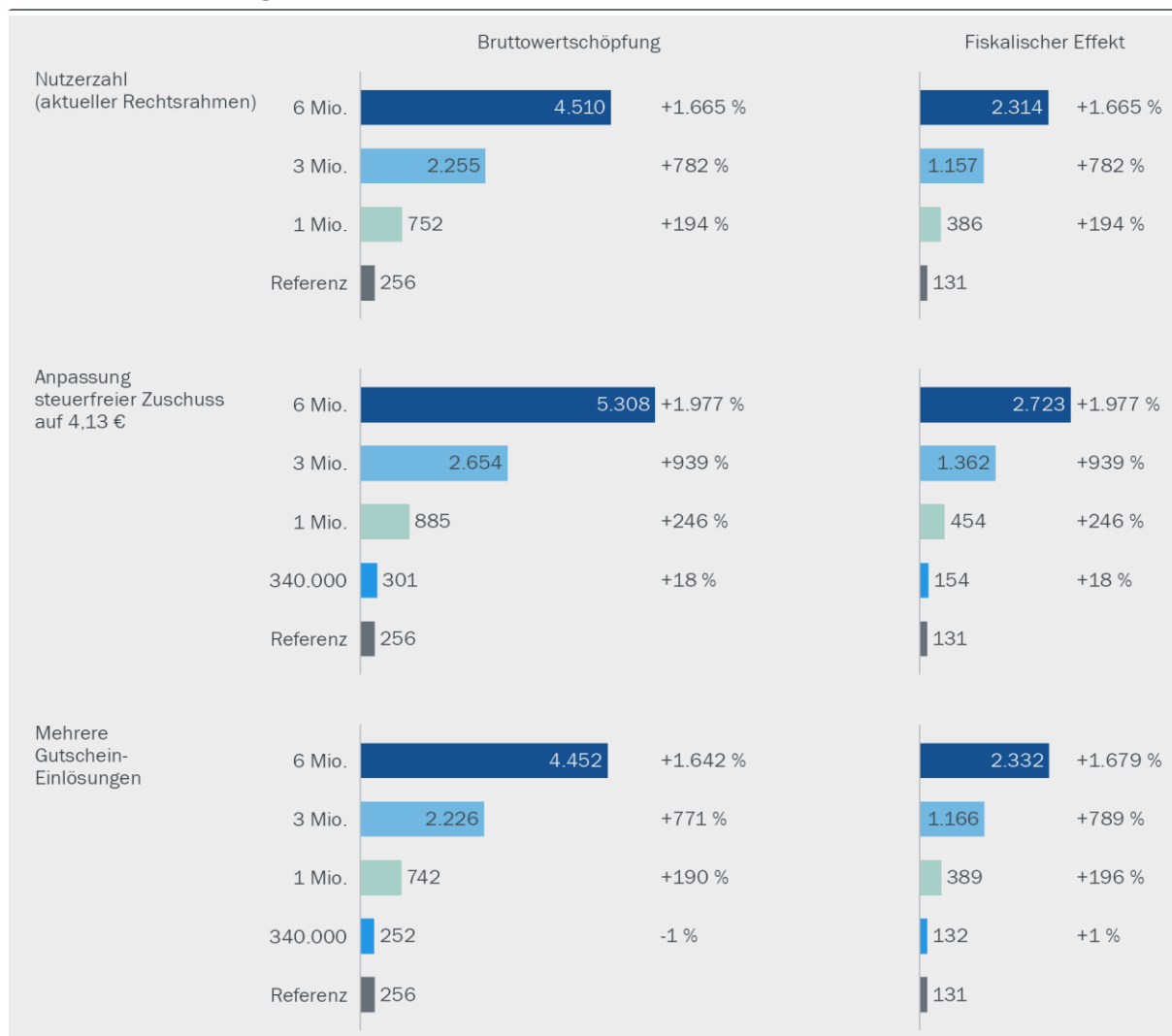
##### **Anpassung des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses auf 4,13 Euro**

Aufgrund des höheren Einkommens- bzw. Kaufkrafteffekts führt eine Erhöhung des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses bei vollständiger Weitergabe an die Arbeitnehmer bereits bei unveränderter Nutzungszahl zu einer Zunahme der volkswirtschaftlichen Effekte um 18 Prozent.

Bei einer gleichzeitigen Erhöhung der Nutzungszahlen ergibt sich eine Hebelwirkung. Beispielsweise erhöhen sich die volkswirtschaftlichen Effekte einer Anpassung des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses um 246 Prozent bei einer Steigerung der Nutzungszahl auf 1 Mio. Beschäftigte.

## Abbildung 18: Volkswirtschaftliche Effekte von Essensgutscheinen - Varianten

in Mio. Euro, Veränderung zum Referenzszenario



Quelle: Statistisches Bundesamt, Forsa-Unternehmens- und Beschäftigtenbefragung, eigene Berechnungen

© Prognos 2024

### Ermöglichung mehrerer Gutschein-Einlösungen am Tag

Die Schaffung der Möglichkeit zur Einlösung mehrerer Gutscheine am Tag hat für sich genommen nur einen geringen Effekt auf die ökonomischen Wirkungen von Essensgutscheinen. Jedoch können attraktivere und flexiblere Regelungen zu mehr Nutzerinnen und Nutzern führen.

Da eine Gleichverteilung des Kaufkrafteffekts auf Einzelhandel und Gastgewerbe unterstellt wurde, erhöht sich der fiskalische Effekt je Euro an zusätzlicher Kaufkraft im Vergleich zum Referenzszenario auf 40 Cent. Der Effekt auf die Wertschöpfung reduziert sich hingegen auf 76 Cent je Euro an zusätzlicher Kaufkraft.

Insgesamt verringert sich der Wertschöpfungseffekt von Essensgutscheinen bei unveränderter Nutzungszahl damit auf 252 Mio. Euro (-4 Mio. Euro, -1 %), während die Mehreinnahmen des Staates auf 132 Mio. Euro (+1 Mio. Euro, +1 %) ansteigen.

Lediglich für die Verteilung der ökonomischen Effekte nach Branchen ergeben sich größere Unterschiede. Bei unveränderter Nutzungszahl führt die unterstellte Verschiebung der Einlösestruktur gegenüber dem Referenzszenario zu einer Erhöhung des Wertschöpfungseffekts im Gastgewerbe auf 66 Mio. Euro (Referenzszenario: 47 Mio. Euro). Dem steht eine Verringerung des Wertschöpfungsanteils des Einzelhandels auf 91 Mio. Euro gegenüber (Referenzszenario: 113 Mio. Euro).

### **Kombination beider Varianten**

Werden beide Varianten zur Weiterentwicklung des rechtlichen Rahmens kombiniert so resultiert bei unveränderter Nutzungszahl ein Wertschöpfungseffekt von 297 Mio. Euro (+41 Mio. Euro, +16 %) und ein fiskalischer Effekt von 156 Mio. Euro (+25 Mio. Euro, +19 %). Quantitativ entsprechen die Effekte damit weitestgehend der isolierten Wirkung einer Anpassung des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses auf 4,13 Euro.

Entsprechend der unterstellten Gleichverteilung des Kaufkrafteffekts auf Einzelhandel und Gastgewerbe werden die Wertschöpfungseffekte bei gleichzeitiger Schaffung der Möglichkeit zur Einlösung mehrerer Gutscheine jedoch leicht gedämpft, die fiskalischen Effekte dagegen leicht verstärkt (siehe oben). Zusätzlich führt die Verschiebung der Einlösestruktur zu einer Umverteilung des Wertschöpfungseffekts zwischen dem Gastgewerbe (78 Mio. Euro) und dem Einzelhandel (107 Mio. Euro).

---

## 5 Fazit

---

Für die Mittagsverpflegung der Beschäftigten in Deutschland spielen Essensgutscheine nur eine untergeordnete Rolle. Andere Länder wie Belgien, Frankreich oder Italien mit einem höheren Bewusstsein für die Mittagsverpflegung und einfacheren rechtlichen Rahmenbedingungen zeigen ein anderes Bild. Dort sind Essensgutscheine fester Bestandteil der Mittagskultur und werden von einem Fünftel (Frankreich, Italien) bis zu mehr als zwei Dritteln (Belgien) der Beschäftigten genutzt.

Die Ursache für die geringe Bedeutung von Essensgutscheinen in Deutschland liegt nicht in einem mangelnden Interesse von Beschäftigten und Unternehmen. Vielmehr zeigen die Ergebnisse der Beschäftigten- und der Unternehmensbefragung, dass sowohl bei den Beschäftigten als auch bei den Unternehmen ein großes bis sehr großes Interesse an der Nutzung von Essensgutscheinen besteht. Dieses Ergebnis steht in einer deutlichen Diskrepanz zur tatsächlichen Nutzung von Essensgutscheinen von nur rund einem Prozent der Beschäftigten. Dies macht deutlich, dass auch in Deutschland ein großes und bisher ungenutztes Marktpotenzial für Essensgutscheine besteht.

Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung deuten darauf hin, dass zur Steigerung der Nutzungsquoten vor allem die rechtlichen Rahmenbedingungen vereinfacht werden müssten, um den Abwicklungsaufwand und die Kosten für Unternehmen zu reduzieren. Hierzu könnte beispielsweise die Regelung einer digitalen Prepaid-Gutscheinlösung beitragen, wie sie die Mehrheit der Beschäftigten in Deutschland präferiert. Darüber hinaus könnten Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrads des Instruments Essensgutscheine deren Verbreitung fördern.

Die volkswirtschaftliche Analyse zeigt, dass dies auch für den Staat gewinnbringende Maßnahmen sind. So bewirkt jeder Euro zusätzliche Kaufkraft eine zusätzliche volkswirtschaftliche Wertschöpfung von 77 Cent und generiert Mehreinnahmen für den Staat von 39 Cent. Auch unter Berücksichtigung der Mindereinnahmen durch die Steuerfreiheit der Arbeitgeberzuschüsse bleibt der Einsatz von Essensgutscheinen mit spürbaren Refinanzierungseffekten verbunden.

Insgesamt ist die volkswirtschaftliche Bedeutung von Essensgutscheinen unter den derzeitigen rechtlichen Rahmenbedingungen aufgrund der niedrigen Nutzungszahlen gering. Gelänge es hingegen, die Nutzungsquote auf das Niveau Frankreichs anzuheben, könnten durch den Einsatz von Essensgutscheinen 5 Mrd. Euro zusätzliche Wertschöpfung und 2 Mrd. Euro Mehreinnahmen für den Staat generiert werden.

Um die Lücke zwischen Interesse und tatsächlicher Nutzung von Essensgutscheinen zu schließen, wurden in der ökonomischen Analyse zwei mögliche Vorschläge näher untersucht. Zum einen eine Erhöhung des steuerfreien Arbeitgeberzuschusses, um den Realwertverlust der letzten 20 Jahre auszugleichen. Zum anderen eine Flexibilisierung der rechtlichen Rahmenbedingungen durch die Möglichkeit der Einlösung von zwei Gutscheinen pro Tag. Damit könnte dem Umstand Rechnung getragen werden, dass der Preis für ein durchschnittliches Mittagessen im Restaurant in deutschen Großstädten rund doppelt so hoch wie die gesetzliche Obergrenze von derzeit 7,23 Euro ist.



---

## Anhang

---

---

# A Verzeichnisse

---

## A1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Nutzen des Mittagessens an Arbeitstagen aus Beschäftigtensicht	3
Abbildung 2:	Stellenwert der Mittagspause an Arbeitstagen aus Unternehmenssicht	4
Abbildung 3:	Hürden beim Mittagessen an Arbeitstagen aus Beschäftigtensicht	5
Abbildung 4:	Mittagsverpflegung an Arbeitstagen aus Beschäftigtensicht	6
Abbildung 5:	Dauer der Mittagspause an Arbeitstagen aus Beschäftigtensicht	7
Abbildung 6:	Auswirkungen der Inflation auf das Konsumverhalten aus Beschäftigtensicht	8
Abbildung 7:	Unterstützungsangebote für die Mittagsverpflegung aus Unternehmenssicht	9
Abbildung 8:	Präferierte Unterstützungsangebote für die Mittagsverpflegung aus Beschäftigtensicht	12
Abbildung 9:	Interesse an Essensgutscheinen aus Beschäftigtensicht	13
Abbildung 10:	Gründe für das Interesse an Essensgutscheinen aus Unternehmenssicht	14
Abbildung 11:	Beabsichtigte Nutzung von Essensgutscheinen aus Beschäftigtensicht	15
Abbildung 12:	Präferierte Höhe von Essensgutscheinen aus Unternehmenssicht	16
Abbildung 13:	Präferierte Art und Form des Essenszuschusses aus Beschäftigtensicht	17
Abbildung 14:	Gründe für geringe Attraktivität von nicht in Supermärkten einlösbaren Essensgutscheinen aus Unternehmenssicht	18
Abbildung 15:	Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte von Essensgutscheinen	23

Abbildung 16:	Volkswirtschaftliche Effekte von Essensgutscheinen nach Branchen	25
Abbildung 17:	Fiskalische Effekte von Essensgutscheinen	26
Abbildung 18:	Volkswirtschaftliche Effekte von Essensgutscheinen - Varianten	32
Abbildung 19:	Schematische Darstellung der rechtlichen Regelungen von Essenszuschüssen	X

## **A2 Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1:	Design, Durchführung und Auswertung der Beschäftigten-Befragungen	IX
Tabelle 2:	Design, Durchführung und Auswertung der Unternehmens-Befragung	IX
Tabelle 3:	Essensgutschein-Regelungen in ausgewählten Ländern	X

---

## B Datengrundlage der Studie

---

---

**Tabelle 1: Design, Durchführung und Auswertung der Beschäftigten-Befragungen**

Grundgesamtheit	in Privathaushalten lebende, deutschsprachige, abhängig Beschäftigte im Alter von 16 bis 64 Jahren
Auswahlverfahren	systematische Zufallsauswahl plus abschließende Quotenfragen
Stichprobengröße	1.202 / 1.001
Durchführung	forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
Erhebungsmethode	computergestützte Telefoninterviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Erhebungszeitraum	4. April bis 21. April 2023 / Februar 2024
Statistische Fehlertoleranz	+/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe
Auswertungsverfahren	Standardverfahren der empirischen Sozialforschung mittels der Statistiksoftware R

Quelle: eigene Darstellung

© Prognos 2024

---

**Tabelle 2: Design, Durchführung und Auswertung der Unternehmens-Befragung**

Grundgesamtheit	Personalverantwortliche in Unternehmen in Deutschland
Auswahlverfahren	Quotenauswahl (Quote auf Branche und Unternehmensgröße)
Stichprobengröße	901
Erhebungsmethode	computergestützte Telefoninterviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Erhebungszeitraum	20. März bis 21. April 2023
Gewichtung	Für die Auswertung des ‚Gesamt‘ wurde die Stichprobe gemäß der realen Größenstruktur in Bezug auf die Mitarbeiterzahl der Unternehmen in Deutschland proportionalisiert.
Auswertungsverfahren	Standardverfahren der empirischen Sozialforschung mittels der Statistiksoftware R

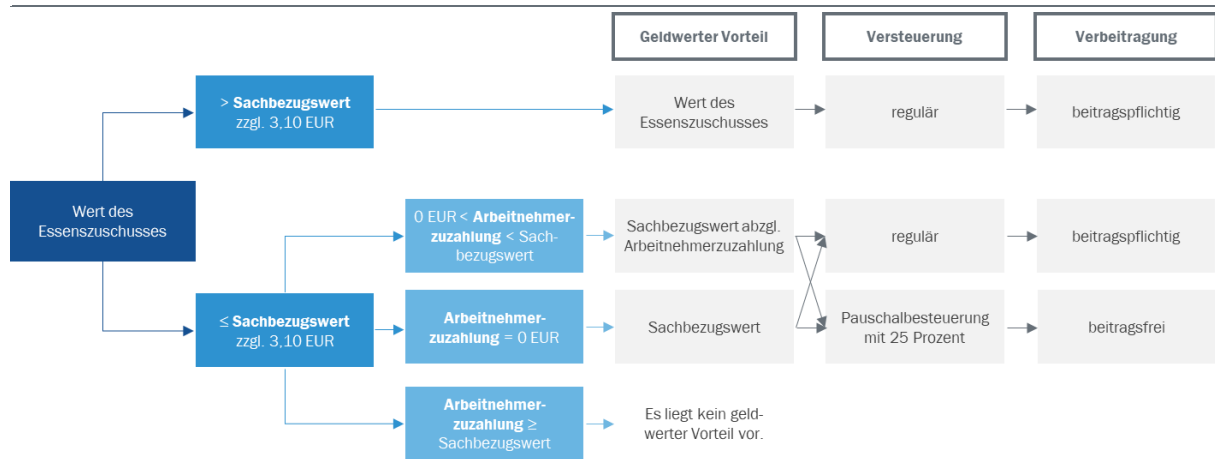
Quelle: eigene Darstellung

© Prognos 2024

## C Rechtliche Regelungen von Essenszuschüssen

Abbildung 19: Schematische Darstellung der rechtlichen Regelungen von Essenszuschüssen

Essenszuschüsse von Arbeitgebern in betriebsfremden Einrichtungen











Quelle: eigene Darstellung

© Prognos 2024

Tabelle 3: Essensgutschein-Regelungen in ausgewählten Ländern

Stand: Oktober 2023

	Belgien 	Rumänien 	Portugal 	Luxemburg 	Italien 	Frankreich 	Finnland 	Deutschland 
Maximaler Wert	8 EUR	6,07 EUR	9,60 EUR	15 EUR	8 EUR	13,82 EUR	12,70 EUR	6,90 EUR*
Einlösebeschränkung	keine	keine	keine	75 EUR/Tag	64 EUR/Tag	25 EUR/Tag	keine	6,9 EUR/Tag
Nutzer in Mio.	2,8	2,1	1,8	0,08	3,8	4,5	0,3	0,34
Anteil an allen Beschäftigten	69 %	49 %	42 %	27 %	25 %	20 %	14 %	1 %

\* 7,23 EUR ab 1. Januar 2024.

© Prognos 2024

Quelle: Edenred Deutschland GmbH; eigene Darstellung

---

# Impressum

---

## Essensgutscheine in Deutschland Analyse der ökonomischen Effekte

---

### Erstellt im Auftrag von

Edenred Deutschland GmbH  
Claudius-Keller-Str. 3C  
81669 München

---

### Bearbeitet von

Prognos AG  
Goethestraße 85  
10623 Berlin  
Telefon: +49 30 52 00 59-210  
Fax: +49 30 52 00 59-201  
E-Mail: [info@prognos.com](mailto:info@prognos.com)  
[www.prognos.com](http://www.prognos.com)

---

### Autoren

Gwendolyn Huschik  
Stefan Moog  
Nina Altmann

---

Satz und Layout: Prognos AG  
Stand: Juni 2024  
Copyright: 2024, Prognos AG